

2009.7 VOL.14

FFG ふくおかフィナンシャルグループ
M O N T H L Y S U R V E Y

F | F | G | 調 | 査 | 月 | 報

■ 寄稿

アジアの最新ビジネス環境①
～ビジネススクール「リレー講義」から～

■ 地域経済調査

経営課題克服に向けた企業の動き(企業動向調査にみる)

調査 月報

2009. 7. JUL
VOL. 14

CONTENTS [目次]

[01] ----- トップに聞く

永利 嘉浩 氏 (オーム乳業 株式会社 代表取締役社長)

平井浩一郎 氏 (株式会社 ヒライ 代表取締役社長)

川崎 勝則 氏 (株式会社 川崎 代表取締役)

[08] ----- 寄稿

アジアの最新ビジネス環境①～ビジネススクール「リレー講義」から～

[13] ----- 地域経済調査

経営課題克服に向けた企業の動き(企業動向調査にみる)

[18] ----- FFG ニュース

フード・アグリア일랜드九州2009開催

中国大連市におけるチャレンジショップ開設と個別商談会開催

[22] ----- 海外レポート

中華人民共和国「香港特別行政区」の現状

[25] ----- 海外進出最前線

リバテープ製薬株式会社 ～利巴泰製薬株式会社～

[26] ----- 経済動向

九州、福岡県、熊本県、長崎県

[33] ----- 経済指標

【バックナンバーのお知らせ】

「FFG 調査月報」のバックナンバーは、ふくおかフィナンシャルグループのホームページにてご覧いただけます。

<http://www.fukuoka-fg.com/>

FFGのお取引先企業をご紹介します。

オーム乳業 株式会社

代表取締役社長 永利 嘉浩氏

取引店 福岡銀行 大牟田支店



株式会社 ヒライ

代表取締役社長 平井 浩一郎氏

取引店 熊本ファミリー銀行 田崎支店



株式会社 川崎

代表取締役 川崎 勝則氏

取引店 親和銀行 南島原支店





オーム乳業 株式会社 永利 嘉浩氏

■創 業：1934年12月
 ■設 立：1937年10月
 ■所 在 地：福岡県大牟田市
 ■資 本 金：90百万円
 ■従 業 員：106名
 ■事業内容：乳製品製造販売業
 ■主な製造品目：製菓原料(生クリーム、チーズ、カスタードクリームなど)、乳製品、牛乳、清涼飲料水など
 ■製造拠点：本社工場(福岡県大牟田市)

オーム乳業のはじまり

一当社は、1934年に私の祖父(故 永利嘉作)が大牟田市・荒尾市近郊の搾乳・処理販売業者14名と共同して設立した「大牟田牛乳株式会社」がはじまりです。昔、学校給食で採用されていた「三角すい」の形をした牛乳パックは、当社が全国で2番目に給食用牛乳の「テトラパック」として導入しました。そうした縁もあって、当社工場が大牟田市や荒尾市の小学校の社会科見学コースに組み込まれるなど、地域との積極的な交流にも永年取り組んでいます。

現在の社名は私の父(故 永利昂二)が、地域を限定せずに当社を大きく羽ばたかせたいという願いを込め、長寿の鳥「オウム」を地元「オオムタ」に掛けて、65年に「オーム乳業」と改めたものです。

高付加価値乳製品メーカーへの脱皮 ～三つのターニングポイント

一社名の変更に加え、事業内容もこの頃から転換を迎えることとなりました。

た。

第1のターニングポイントは、71年に業務の中心を飲用牛乳の搾乳・販売業務から「業務用生クリーム」の製造・販売へと大きく転換したことです。

飲用牛乳部門中心の事業では、競合する業者が多く、後発組であった当社は売上げ拡大がなかなか進みませんでした。また、この頃の菓子市場は「和菓子」から「洋菓子」へと需要が大きく変化しつつあり、和菓子店が洋菓子部門を新設したり、海外で修行したパティシエが日本で高級洋菓子店を数多く開店する時期でした。ただ、当時は輸送・冷蔵設備などが未発達だったこともあって、“生もの”である乳製品を扱うには、技術面の課題が数多くありました。こうした技術的な困難を克服し、市場ニーズの変化と当社の方向転換が上手く合致したことで、「業務用生クリーム」事業は当社の「柱」として成長を遂げることができたのです。

第2のターニングポイントは、92年に当社独自の「開発部門」を設置したことです。従業員の約1割(12名)を研究・開発部門に従事させ、売上

高の約1.5%を研究費に充てる計画を検討していました。この「開発部門」の設置は目に見えて売上高の増加には直結しませんので、中小企業にとってこの決断は大きな「賭け」ともいえました。しかし、「品質・技術優位の研究開発型企業」を標榜し、先行投資として進めたこの取組みは、現在お客様からご支持いただいている「オームブランド・クオリティ」の実現に欠かせない部門に成長しています。

第3のターニングポイントは、98年の新工場稼動を契機とした高付加価値製品への転換です。スーパーなどへの量販店向け販売では、大規模生産化が進んだ大手メーカーには価格面で太刀打ちできません。取扱量が多いため、一定の売上高は確保できるものの、利益の確保が当社の課題となっていました。そこで、量販店向け販売から撤退し、品質を重視した高付加価値の製品に特化することを決意しました。当初の売上高は1億円程度減少しましたが、結果として高収益体質への転換を果たすことができました。

九州産の生乳にこだわった高付加価値の製品群

一牛乳の最大生産地である北海道と比べ、九州では加工用に回る生乳が少ないため、良質の生乳を調達しようとすればコスト高になる傾向があります。しかし、当社がこだわる九州産の生乳は、生クリームの加工用としてなくてはならない最適な素材なのです。高品質の決め手となる「白い」「軽い」「口どけが良い」などの特徴

は、この九州産生乳と、当社の高度な生産技術が合わさってこそ生み出されるのです。こうして製造された当社の「業務用生クリーム」は、福岡を始め全国の有名洋菓子店のパティシエから大変高い評価を得ています。

「自由闊達で情熱あふれる企業」へ

一当社では「健全な社会人は、暖かい家庭と働きがいのある職場から生まれる」をモットーに、従業員を型にはめず、のびのびと育成することを心がけています。社員にとって、会社に行くことが毎日楽しくなるような「自由闊達で情熱あふれる企業」「幅広い社会貢献が出来る企業」を目指しています。

人材育成については、これまでに培われた社内のノウハウ継承に重点を置き、OJTなどの手法を使って、若手社員の教育に積極的に取り組んでいます。

当社の将来展望

一当社工場には「製菓実験室」を設け、パティシエの方々と新レシピの研

究を行っています。そこで得た情報は、季刊パートナー誌「L'APPROCHE」などを通じて、当社のユーザーへ発信しています。

現在は、事業の大半を「業務用生クリーム」が占めていますが、今後は「生クリームもあるオーム乳業」を目指して「ポストクリーム事業」の強化に努めます。更には、中小企業としては珍しい「研究開発型」企業として、国内外の企業と提携を進め、海外への進出を果たしたいとも考えています。

その一例として、当社が現有する「乳酸菌発酵」技術や「酵素利用」技術を応用した風味改良剤や抗菌剤、天然保存料など他企業との技術提携や特許取得などの事業展開にも力を注いでいます。また、乳酸菌に関する応用研究で取り扱う「抗菌ペプチド(蛋白質の一種)」は、食品分野に限らず、洗浄・殺菌剤、オーラルケア、ペットフード、化粧品など幅広い分野での活用が期待できます。

今後とも「技術のオーム」を全面的に展開できる様、努力を続けていく決意です。



福岡銀行
取締役頭取 谷 正明

高付加価値製品への転換や、研究開発への先行投資など、長期的な視野に立った取組みは、九州の企業経営者の皆様にとっても大変参考になるものと思います。また、現在でこそ「食の安全」が大きな社会問題となっていますが、当社は早くから「安心・安全」を志向し、高い品質へのこだわりを見せるなど、熱心な企業経営を行ってこられました。

今後とも、「オーム乳業」のブランドが高い品質を武器に全国的な広がりをもせる様、益々のご発展を期待しています。



当社製品



視察風景





株式会社 ヒライ 平井 浩一郎氏

■創 業：1968年 5月
■設 立：1968年 5月
■所 在 地：熊本県熊本市
■資 本 金：273百万円
■従 業 員：1,733名（パート、バイト含む）
■事業内容：弁当・惣菜・サンドイッチ・おにぎり・寿司の製造及び直売
■主な製造品目：弁当・惣菜・サンドイッチ・おにぎり・寿司
■製造拠点：本社・熊本工場（熊本県熊本市）、福岡工場（福岡県筑後市）

お弁当・惣菜の調理方法を従来のセントラルキッチンによる集中加工方式から店内調理重視方式へ転換する必要があると確信いたしました。店内調理への転換は大きな変革であり、コスト増や品質のバラつき等の克服すべき難題も数多くありました。しかし、当社を継続的に成長させ、当社が社員にとって勤めていて夢を抱けるような企業として存在し続けるためには、この変革が必要不可欠だという強い思いで、課題を克服し、今のビジネスモデルを構築いたしました。

「家事のアウトソーシング」で中食産業の市場に挑む

—今から約40年前に私の父が惣菜専門店の平井商店を創業したのが当社の始まりです。創業以来、いわゆる「中食」と呼ばれる産業に携わってまいりました。今では熊本、福岡、佐賀、大分、そして鹿児島でロードサイド形式やスーパーなどのテナント形式でのお弁当・惣菜店を約100店展開し、年間約2,500万人を超えるお客様にご来店いただいております。その他、給食事業、宅配事業、うどん店の経営にも取り組んでおります。「もっとおいしい」を追及するHMR（Home Meal Replacement＝家庭内の食事を代行する）企業として、おいしさはもちろん、安心安全な素材にこだわり、人の体と心を健やかにする料理をより安く提供しています。

時代の変化を感じ取り、その時々最適な方法で事業展開

—当社はこれまで「安全で健康的な高品質の商品を、より安くお客様に提供する」という基本理念は変えずに、

その時々時代の变化を感じ取り、最適な方法で事業を展開してまいりました。

設立当初はマルショクなどのスーパーのテナントとして惣菜店を展開していましたが、創業者である父は、自社で主体的な店舗展開を図りたいという思いを強く持っていました。そこで父は今から30年ほど前に、「今後はモータリゼーションの波が起こる」と考え、ロードサイド店舗を展開、更に当時では画期的だった24時間営業を行いました。これによりお客様から好評を得ることができ、当社も大きく成長することができました。

しかしながら、15年ほど前より、その成長にも陰りが見え始めていました。当社が創業して25年ほど経った頃であり、企業寿命30年と言われる通り、その当時の当社のビジネスモデルに限界が来ているように感じました。新たなビジネスモデルを模索し、日本中色々なところを見て回った結果、消費者のニーズが多様化、複雑化していることに気がきました。そのニーズに柔軟に対応するためには、

安全性確保のための取組みを徹底

—お客様の食を預かるという当社の仕事は、責任が大きく、一年365日気が抜けない大変な仕事であり、毎日が真剣勝負です。最近、「食の安全安心」に関する話題がよく取り上げられています。当社では従前より「安全性の確保は食に携わるものとして当たり前のこと」だと考え、安全性確保のための取組みは徹底的に取り組んでいます。

まず、食材そのものに関しては、「国内だから安全」とか「海外だから危険」という固定観念を持つことなく、国内外問わず200先以上の信頼できる取引先から、基本的には商社等を通すことなく、直接仕入れを行なっています。その後工場等での加工においても、工場内の衛生管理を徹底している他、食材から加工済の商品まで、全ての工程で衛生検査を行っています。更には、出来上がった商品を、室温20℃の状態に補完し、細菌の繁殖を検査する「日持ち検査」も行ない、当社の商品がお客様

の口に入るまでに、さまざまな状態でも安全であることの確認を行なっています。

自社開発にこだわり、お客様に飽きられない商品づくりに注力

—当社の店頭で販売されるお弁当やお惣菜などの商品は、一貫して自社で開発することにこだわりを持っています。10数名からなる専門部隊が、市場に高いアンテナを張って、広く情報を集め、お客様が何を求めているか、求めているものを具体的に実現できるメニューは何かと言うことを見つけてします。そして、そのメニューを最もおいしい味・レシピで提供するため、外部のスタッフ(取引先メーカーや有名店のシェフ等)とも協力しながら、徹底的に研究し、試作を繰り返した後に、商品化に至ります。商品化にあたってはより安い価格で提供することにも注力しています。また既存の商品についても、お客様のニーズの変化に合わせて、常にブラッシュアップを図り、「お客様に飽きられない」ヒット商品づくりに注力しています。

常に更なる進化を目指す

—現在外食産業の市場規模は約24兆円、ここ数年減少傾向にあります。そのなかで中食産業は、女性の社会進出に伴う生活スタイルの変化等もあって、伸び続けており、その規模は8兆円に迫っています。当社はまだその1%にも達していません。市場は限りなく追い風で、まだまだ拡大していくことが予想されます。当社では長年にわたり蓄積してきた経験とノウハウを活かし、5年後に「売上高300億円、利益30億円、出展地域でのシェア30%達成」という目標を掲げています。非常に高い目標ですが、目標は高くないと意味がないと考えています。

企業寿命30年という考えは今でも持っており、当社の現在のビジネスモデルもいつかは陳腐化すると考えています。そのため、当社ではあくまで「食」という基本は守りつつも、過去の成功に頼ることなく、時代の変化を敏感に感じ取り、常に更なる進化を続けてまいります。



熊本ファミリー銀行
取締役頭取 鈴木 元

景気低迷が続くなかでも、当社の事業は幅広く消費者の支持を集めています。今の当社があるのは、「安全・安心をきちんと確保しつつ、消費者のニーズを捉えた商品を安く提供する」という基本を、現在のように食の安全安心をマスコミ等が取り上げる前から大切にする一方で、時代の変化を見通して大胆な経営判断を行い、それを強いリーダーシップで成し遂げてきたからではないでしょうか。そのような平井社長の姿勢に同じ経営者として感服するとともに、当社が今後も進化し続けていくことを確信いたしております。



陳列商品



店舗外観



工場見学



株式会社 川崎 川崎 勝則氏

■創 業：1925年
 ■設 立：1988年10月
 ■所 在 地：長崎県南島原市
 ■資 本 金：10百万円
 ■従 業 員：100名
 ■事業内容：麺類製造販売、海産物・水産物の加工販売、塩乾物の加工販売
 ■事業拠点：本社（長崎県南島原市）、製麺工場・チャンポン皿うどん工場・食品工場（長崎県南島原市）

商業港須川で始めた海産物の販売

一私どもが事業の拠点としている長崎県南島原市の旧西有家町須川は、島原半島の南東部に位置し、天草地方と島原半島を結ぶ商業港として古くから交易が活発な地区でした。この地で小型船を所有していた実父が、1925年（大正14年）から天草地区へ味噌、醤油、そうめんなどを運んで販売したのが事業の始まりです。その後、取り扱う商品を煮干などの海産物中心に転換し、天草地区からの帰りには削り節の材料や煮干等を買付けて船に積んで帰りました。

当時、東京の大学へ進学していた私は、事業が繁忙になったため20才の時に大学を中退して家に戻ってきました。輸送に使っている船を動かす人手も必要で、戻った私は直ぐに小型船舶免許を取得し船を操りながら父の手伝いを始めました。

海産物の仲買へと転換し安定供給へ努める

一わが社は創業当初、島原地区を中

心として海産物の小売販売を行っていましたが、現在は海産物の加工販売業へと転換し、削り節の材料、煮干、わかめ等を九州一円の水産会社から仕入れて製品化し、販売は九州のほか四国、関西、関東にまで広がっています。乾物や塩干物の生産量は原料魚の漁獲量に左右されます。漁獲量が一定していないこれらの商品は、安定した量を供給するのがむずかしい商品でもあります。そのため季節ごとの天候や海水温などの状況を十分把握し、一定量をきちんとお客様にお届けできるよう努力しています。

販売の第二の柱「手延べそうめん」

一わが社が販売の第二の柱^{ばんしゅう}としてるのが、日本の3大産地（播州、三輪、島原）の1つでもある島原の手延べそうめんです。海産物を販売している顧客から島原そうめんを買いたいと頼まれたのがきっかけで、1977年から取り扱うようになりました。島原のそうめんづくりは、江戸時代に小豆島から島原に移り住んできた人たちが作り始めたとも言われ、雲仙

普賢岳からの良質の水を使って、この須川でも古くからそうめん作りが盛んでした。

取扱いを始めた頃は、地域の製造業者から製品を仕入れて販売していましたが、大量買付けなどで地元^{地元}のそうめんが品薄となり、当社販売分の仕入れが容易に確保できなくなったため、1980年に自社工場を建設し本格的に参入しました。そうめんは製法によって機械式と手延べ式に分類され、機械式は低コスト、手延べ式はコシが強いといった特徴があります。わが社は手延べ式そうめんにこだわり、独自製法により風味豊かで、コシのある製品を生み出しています。

他社の追従を寄せ付けない高品質な麺作り

一そうめんはコシと喉ごしといわれます。通常、効率性のため製造工程は丸1日というケースが多いのですが、当社では熟成時間を含めて2日間の工程で製造しており、麺のコシと喉ごしは他社の追従を寄せ付けません。

2007年には業界でも数少ないそうめんの製造部門、販売部門等でのISO9001取得を果たしました。生産後の製品は定温、定湿度で保存できる倉庫で保管して出荷に備えるなど、わが社では、温度、湿度、衛生管理を徹底することで、高品質な製品の安定供給を可能にし、手延べそうめんの生産量は島原半島で最大だと自負しています。

島原そうめんブランドの確立を目指して

一私がそうめんづくりににおいて特に注力しているのは、島原そうめんとしての強固なブランドづくりです。島原地域の製麺業者は独自の販売ルートを持っていなかったため、三輪地域の業者と安定的な販売契約を交わし、長い間、生産(島原)と販売(三輪)の分業体制をとってきました。その間、島原そうめんは「三輪そうめん」として出荷されてきた経緯があり、「島原」の知名度とともに、商品の付加価値を向上させることが産地としての大きな課題となっています。地域とともに私どもの事業も活性化させたいという思いから、私たちは長崎県と協力して「長崎県島原手延そうめん振興会」設立に参画し、手延べ干し麺の技能検定の実施や「島原手延素麺」の認証制度定着等に取り組んでいます。島原そうめんのブランド価値向上に向けて、現在、最も力を入れているのは、「手延べ式そうめん」と言えば島原そうめん」と、全てのお客様から認知されるようになることです。

これからも海の幸、大地の幸を食卓へ

一わが社が製造している製品は地

域の海の幸である海産物の加工品と、大地の幸であるそうめんです。どの製品も素材を大事にした素朴なものであり、地域の自然の恵みに感謝しながら、毎日の食卓に安心と健康をお届けすることがわが社の使命だと考えています。

これからの事業展望として、海産物の加工については熊本県牛深市に自社加工場の建設を計画しています。牛深に自社工場を持つのは、創業当時からずっと委託加工を担ってわが社を支えてくれた地元業者との関係を今後も大事にしていきたいからです。そして、安全で良質な製品を一層のこだわりを持って生産していこうと考えています。

また新しい事業分野として、ちゃんぽんや皿うどんなど生麺の製造を開始しました。取扱い品目を多様化し、季節によって変動幅の大きい販売の波を平準化するためです。

これからも原料素材にこだわり、シンプルで味わい深い製品の供給に努めてまいります。



海産物加工品の製造工程



親和銀行
取締役頭取 鬼木 和夫

食品の売上げは景気の波に左右されにくいと言われますが、業界の競争は年々激しさを増しているのが現状のようです。そうしたなかでしっかりと業績を積み上げておられるのは、顧客の揺るぎない信頼を得ている品質の確かさと、堅実でありながら先見性をもった経営の賜物です。

島原そうめんブランドの確立による地域浮揚への思いを熱く語っていただいた川崎社長の、今後益々のご活躍を期待しています。

(6月1日からクールビズを実施しています)



乾燥工程のそうめん



本社加工場前にて

アジアの最新ビジネス環境① ～ビジネススクール「リレー講義」から～

はじめに

九州大学経済学研究院・ビジネススクールでは、福岡銀行と連携して今年度より「アジアのビジネスと金融」と題した特別講義を開講しました。これはアジア各国のビジネスと金融情勢に関する最新動向をテーマ毎にレビューするもので、内外の大学、シンクタンク、金融機関から毎回専門家を招聘し「リレー講義」の形式で進めています。講師陣は国際経済や国際金融の現場に日々接しておられる方々で、通常ではなかなか聞くことができない生の情報ソースとして毎回好評を博していますが、本誌では2回にわたりこの講義から、実務家の皆様にも参考となる部分を選んでそのポイントをご紹介します。きたいと思います。

期待高まるメコン地域

いわゆる「チャイナ・プラスワン」として最も有望視されているのがメコン川流域地域(タイ、ベトナム、ラオス、カンボジア)です。中国への企業進出がピークを迎えるなかで、「本当にこれで大丈夫か」という不安も増し、こうした「チャイナリスク」をヘッジするために第二の工場や市場を東南アジアやインドに求める動きが活発化しています。国際協力銀行の「海外直接投資アンケート調査」では、今後3年間の事業展開先としてメコン地域を挙げる企業が全体の6割に達し、中国、インドと並ぶ人気を得ています。

その人気の理由は、主に地理的条件と良質な労働力、および親日的な政府にあります。

例えばベトナムは中国華南(広東省・香港)と

九州大学大学院教授 丹羽 由一



1977年 東京大学経済学部卒
日本開発銀行入行。

ハーバード大学客員研究員、大蔵省シニアエコノミスト、日本経済研究所総務部長、日本政策投資銀行シンガポール事務所長、えひめ地域政策研究センター常務理事を経て2008年より現職。

至近距離にあり、物流アクセスも1日で可能です。また年齢別人口構成が極度に若く、中国よりも安価で良質な工場労働力が豊富にあるうえ、ODAなどを通じて大変親日的かつ安定した政府があります。中国工場の補完的役割を持たせるにはまさにうってつけの条件が揃っているのです。

またタイは中国進出ブーム以前から日本企業が多く進出し、東南アジアの代表的な中進国として産業構造もバランスがとれています。進出する企業からしてみれば産業インフラやサポーティングインダストリーの集積は大変魅力的で、例えば自動車産業などは中国よりも立地条件が優位にあります。

さらにカンボジア、ラオスは、インフラや法整備など立ち遅れた面が多いものの、それぞれベトナム、タイ経済の一部に組み込まれ、より安い賃金を武器に「第二のベトナム」、「第二のタイ」として注目を集めています。地理的にも中国内陸部(四川省・雲南省)に近く、中国・ASEANを結ぶ経済回廊として域内分業の進展が期待され、すでにユニクロなど複数の企業が進出を果たしています。

これら4か国に共通しているのが「親日性」で、いずれも敬虔な仏教国として日本人と心情相通ずるところがあり、また日本および日本人への信頼は非常に厚いものがあります。

メコン地域における主な経済回廊整備計画



1. 東西回廊

メソート→サワナケット→ラオバオ→ダナン
2006年12月の第2メコン国際橋開通に伴い完成
全長1,230km 所要日数2日

2. 南部回廊

バンコク→ポイペト→モクバイ→ホーチミン
全長913km 所要日数2日

3. 南北回廊

昆明→ビエンチャン→バンコク
全長1884km

4. 中越回廊

南寧→ランソン→ハノイ
全長350km 所要時間7時間

5. タイ・ベトナムルート

東西回廊を活用し、トラック輸送サービス開始
全長1,555km 所要日数3日

従って工場運営や国内市場開拓の面で、日本企業としては中国に比べ比較的行ないやすく、特に日本の製品・ブランドに対する評価は「信仰」とさえ言えるほど高い状況です。このことは、当地域でのビジネス可能性を大きく後押しするものと期待されます。

【メコン地域の特徴】

① 巨大な潜在市場

4カ国合計で2億人近い人口を擁し、年5

～10%の経済成長を続ける有望なマーケットで、一人当たりGDPも市場経済レベルに達しつつあります。今後は自動車、化粧品、医薬品、加工食品などを中心に飛躍的な市場拡大が見込まれます。

② 域内経済の一体化

数本の経済回廊の整備により域内経済が一体化し、将来的には国別でなくメコン地域が単一経済として機能・発展することが見込ま

メコン地域4カ国の産業動向と投資コスト比較

	タイ	ベトナム	ラオス	カンボジア
企業総数(含国営企業)	2,188千社	92千社	26千社	9千社
製造業GDP(億ドル)	723	129	6	14
製造業成長率(%) (’95～’06年平均伸び率)	4.7	11.5	10.5 ^{*1}	19.5
現状の主な産業	●食品加工 ●自動車関連	●衣料、日用品 ●電気機器関連	●木材、織物 ●水力発電売電	●縫製・履物 ●建設業
将来の有望産業	●電子・電気関連	●自動車関連 ●IT関連	●観光関連 ●物流関連	●水産・食品 ●資源関連
金融危機の影響	自動車及び同部品関連産業受注激減	輸出型外資系企業の生産調整	輸出産品(織物、鉱物)の減少	縫製業委託生産減産、不動産下落
労働者賃金(ドル/月)	164	ハノイ 87～198 ホーチミン 122～216	69	100
オフィス賃料 (ドル/m ² ・月)	24(バンコク)	50～70 (ハノイ、ホーチミン)	8	8
1kW当り電気料金(ドル)	0.05	0.06	0.07	0.16
標準法人税率(%)	30	28	20	20 ^{*2}

*1 95～05年の平均伸び率

*2 ただし天然資源等関連企業は30%

(出所) Lloyd's Register "World Fleet Statistics"、各国統計局、JETRO、ADB等の資料より作成

れます。それによって、メコン地域全体としての対中経済戦略やエネルギー・環境戦略などが可能となり、さらにフィリピン、マレーシア、シンガポール、インドネシアなど他のASEAN諸国との経済協調もより有効なものとなります。

③ 日本政府・企業の広域対応

これにあわせて日本のODAも、国別ではなく広域的に連携した展開(例えばタイでの成功事例をラオスに適用)が可能となります。また日本企業もメコン地域全体の域内分業やマーケティング体制を構築しよりダイナミックなビジネスが実現します。

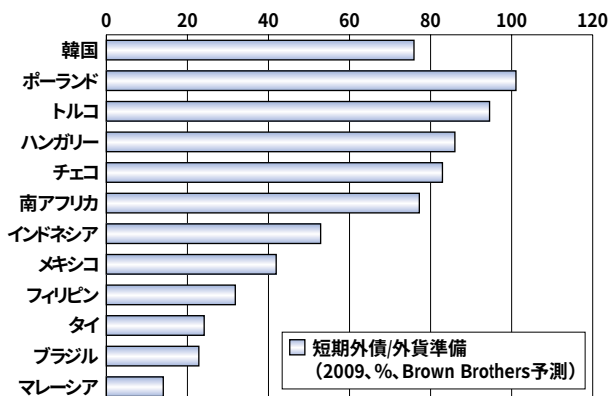
なお当地域をとりまく最近の課題としては、労賃の上昇と金融危機の影響が挙げられます。労賃に関しては最近特にベトナムでの上昇が顕著で、企業進出が相次いだ結果、中国とほぼ同レベルに達しています。対応策としては、上記の経済一体化を通じてカンボジア、ラオスへの分工場進出などが考えられます。また金融危機の影響は、幸い前回のアジア通貨危機の時ほど深刻ではありませんが、やはり輸出産業を中心に落ち込みが目立ちます。こちらに関しては、長期的には日本や中国と同様、国内市場の育成を通じて経済の自立を図る一方、短期的には日本や中国と連携して、資金ショートや通貨下落を回避するための域内通貨協調体制を維持することが重要です。

危機を乗り越える韓国経済

いまアジアで最も金融危機の影響を受けているのが韓国です。昨年9月のリーマン破綻により世界的に信用不安が拡大し、アイスランド、ウクライナ、ハンガリー、ベラルーシ、パキスタンといった国々が資金繰りに窮してIMFに緊急支援を要請しました。これはそれまで世界的な金余りで流れ込んでいたドルが、キャリー

トレードの巻き戻しなどから一気に日米欧に引き上げられた結果、本国通貨の暴落などが起こり、ちょうど10年前のアジア通貨危機のような状況に陥ったためです。このような場合ヘッジファンドは、アジア通貨危機の際のタイバーツのように弱いと見られる通貨をカラ売りするため、為替の下落がますます加速し、その結果外貨建ての対外債務が(本国通貨建てで)急膨張する、いわゆる「ソブリンリスク」が顕在化するのです。

ソブリンリスクの高い国々



外貨建て発行体格付けの比較

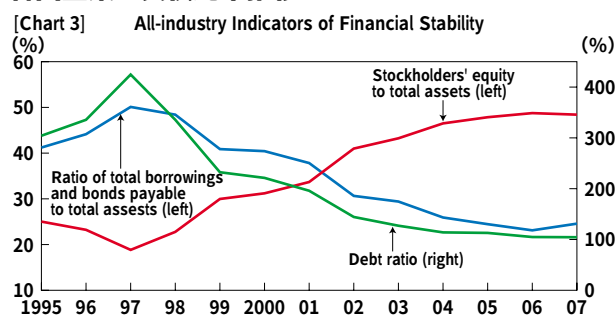
	ムーディーズ	S&P	フィッチ	R&I
シンガポール	Aaa	AAA	AAA	AAA
オーストラリア	Aaa	AAA	AA+	AAA
ニュージーランド	Aaa	AA+	AA+	AAA
日本	Aaa	AA	AA	AAA
香港	Aa2	AA+	AA	AA+
台湾	Aa3	AA-	A+	AA
中国	A1	A+	A+	A+
韓国	A2	A	A+	A+
マレーシア	A3	A-	A-	A
ロシア	Baa1	BBB	BBB	NR
タイ	Baa1	BBB+	BBB	BBB+
ベトナム	Ba3	BB	BB-	BB
フィリピン	B1	BB-	BB	BBB-
インドネシア	Ba3	BB-	BB	BB+

そして韓国経済はまさにその崖っぷちに立たされており、ご承知のようにウォンは昨年一気に半値まで下落し、一方CDS(クレジットデフォルトスワップ)レートは信用不安から一時700bspまで急上昇しました。あと一步で10年前と同じく、IMFに駆け込んでその管理下で統制経済に移行するというシナリオも浮上しています。

しかし韓国経済は本当にそんなに脆弱なのでしょうか。確かに通貨・金融面では弱いところがあり、今回のような外的ショックの影響を受けやすい体質ではありますが、国内産業など実体経済面は以前に比べかなり強化されており、リーマンショックのようなことがまた起きない限りは何とか持ちこたえると思います。

従来の韓国企業といえば、財閥に象徴されるように拡大志向のオーナーが積極投資で多角的に経営展開し、その結果借入も膨大な額に上っていました。しかし前回の通貨危機を経て、日本以上に財務のスリム化が進展し、製造業の平均負債比率は10年前の400%から今では100%まで低下しています。経営戦略も格段に向上し、例えば三星電子(サムスン)は主力の半導体のほか、需要サイクルの異なる液晶や世界2位の地位を築いた携帯電話などバランスのとれた事業構成を達成し、また現代自動車(ヒュンデ)は起亜の買収などで国内シェア7割を押さえ米国市場でも低価格を武器に健闘が目立ちます。

韓国企業の負債比率推移



韓国経済の足腰の強さは、その社会的特性に起因するところもあります。例えば年齢別人口構成を見ると、高齢比率は9%と日本の半分以下です。人口に占める労働力人口(15-64歳)の比率は先進国中最高で、これからも当分「働き盛り」の経済が続きます。また韓国の教育熱心さはよく知られており、国家予算や家計支出に占める教育費の割合は世界最高水準で、大学卒業後も海外留学を目指すケースが多く見られます。さらにチームワークが得意である、起業家

精神が旺盛である、会社への忠誠心が高い、借金は何としても返そうとするなど、儒教精神に裏打ちされた国民性も、「粘り強い」経済を支える大きな要因です。

このような「地力」を評価してか、格付各社のソブリンの格付け(レーティング)では一応の水準を維持しており、韓国経済危機は回避されるという見方が主流を占めています。

世界金融危機後のアジアビジネス

昨年のリーマンショック以来、「100年に一度の危機」という言葉を何回聞いたことでしょうか。確かに今日の株式相場の大暴落や欧米の金融セクターにおける流動性の枯渇などの深刻な状況は、まさに80年前の大恐慌に匹敵するものでした。さらに現代経済は高度にグローバル化しているため、そのショックはちょうど新型インフルエンザのパンデミックのように、たちまち地球全体に波及したのです。

しかしここに来て、少なくともアジアに関しては様子が違ってきています。もちろんアジア経済のアキレス腱である、「過度の輸出依存体質」と「欧米余剰資金中毒」という構造問題は基本的には変わっていないのですが、それにもかかわらず通貨危機や国家経済の破綻という最も恐れられていた事態は、ぎりぎりのところで回避されています。アイスランドやウズベキスタンとは明らかに異なります。その意味においてはアジアのショックは「100年に一度」ではなく、通常の景気循環であるジュグラー周期の「10年に一度」という程度で収まるかもしれません。

今回そのバッファーとなったのは各国における内需の健闘です。日本のバブル崩壊の時を思い起こすまでもなく、金融危機→流動性低下→投資手控→生産縮小→雇用調整→消費低迷という、いわゆる「負のスパイラル」にはまるのが普通ですが、先進国向け輸出が総崩れするなかで域内市場が予想外に堅調を保っているのです。

すでに国内市場が飽和して「お金をもらってもあまり買いたい物がない」という日本とは異なり、アジアではバイク、自動車、家電、IT、生活雑貨、ファッションなどまだまだ多くの消費財が普及段階にあります。

つまり今後先進国などの輸出市場が頭打ちになっても、まさに「内需主導の自律的成長」が十分に可能で、コンサルティング会社であるプライスウォーターハウスクーパースの超長期の成長見通しにおいてもアジア各国が上位を独占し、その潜在的な経済力が高く評価されています。

超長期成長見通し

(2007年→2150年の平均年率、%)

順位	国名	経済成長率	人口増加率
1	ベトナム	9.8	0.8
2	インド	8.5	0.8
3	ナイジェリア	—	—
4	フィリピン	7.2	1.1
5	エジプト	—	—
6	バングラデシュ	—	—
7	中国	6.8	1.0
8	インドネシア	6.7	0.6
9	パキスタン	—	—
10	マレーシア	5.8	0.1
11	タイ	5.7	0.1
	G 7 合計	2.0	0.3

(出所) PricewaterhouseCoopers

では日本の企業としてはアジアにどのような戦略で臨むべきでしょうか。そのポイントは3つあります。

① 守備型進出か攻撃型進出か

アジアへの進出には、輸出加工品のコストダウンを目的にした工場進出(守備型)と、その国のマーケットをにらんだ進出の二通りがあります。前者は広東省へのエレクトロニクス産業の集中がその典型で、これらは主に現地の低廉・豊富な労働力が目当てです。

後者は華北や華東への自動車や日用品業界の進出にみられるように、現地市場がターゲットです。前者の場合は「雁行形態論」そ

のもので、中国→ベトナム→バングラデシュという具合に、常により安い労賃を求めて新たな投資をする必要があります。また後者は人口増加率とか一人当たりGDPの水準とかをみながら、より成長力の高いマーケットを指向することになります。いずれにせよどっちつかずの進出は避けるのが賢明です。

② FTAを最大限に活用する

近年ASEANを中心にアジア地域ではFTA(二国間の自由貿易協定)が次々に締結されています。日本と相手国のFTAがあれば、半製品や部品の供給を通じた域内工程間分業がより容易になるのは当然ですが、例えばタイとインドのように第3国間のFTAに関しても新たな展開が可能となります。具体的には、タイの日系部品メーカーがインドのスズキに自動車部品を供給したり、ソニーがインドとタイの工場を集約したり、つまりより生産に適した国に集中立地し、貿易のメリットを最大限に享受することが重要です。

③ グローバル戦略におけるRHQの強化

どの企業でもアジアだけでなく、世界全体を相手にしたグローバル戦略を持っていると思いますが、そのなかでアジアでは何を重点にしていくのか、つまりアジアをどう利用していくかが大事です。そしてそれを実施するためには強力な地域統括拠点(RHQ)を一か所(香港やシンガポールなど)に置き、域内生産・販売体制の最適化とファイナンスの一元化、為替管理や税務対策の効率化を極限まで進めることが求められます。

これら3つのポイントに共通しているのは、ここ数年で急速に進展したアジア経済のグローバル化をいかに自社に取り込むかという視点が不可欠であるということです。

経営課題克服に向けた企業の動き(企業動向調査にみる)

福岡県、熊本県、長崎県の3県の企業を対象に行いました「企業動向調査アンケート」を基として、3県企業の景況感の他、企業における経営課題やその対応策、業界における新しい動きなどについてレポートします。

なお、詳細資料についてはHP (<http://www.fukuoka-fg.com/tyosa/index.htm>) にてご覧いただけます。

1. 3県企業の景況感

悪化傾向続いているが、熊本県、福岡県では4～6月期以降、改善に転じる動き

内閣府が公表した2009年1～3月期のGDP(2次速報値)によれば、実質GDP成長率が前期比▲3.8%(年率▲14.2%)となり、2009年1～3月期は戦後最悪の落ち込みとなりました。

しかし、6月に発表された経済指標や日銀による「金融経済月報」を見てみると、日本の景気は2009年1～3月期に大底を打ち、景気は下げ止まりの動きに転じています。

そこで、本調査では福岡、熊本、長崎の企業約2,100社を対象にした景況感調査のアンケート結果をもとに、各県の景気動向を探っていきます。

まず、福岡、熊本、長崎の3県企業の業況BSI(1～3月期実績)をみると(図1)、福岡県で▲45(10～12月期比+1)、熊本県で▲53(同-3)、長崎県で▲35(同-5)と、3県の企業の景況感は悪化しています。

続く4～6月期(見込み)では、福岡県は▲54と悪化した後、7～9月期は▲49へと改善する予想です。熊本県は4～6月期に微かに改善し、7～9月期では▲32へと20ポイントの急速な改善を予想しています。一方、長崎県は、4～6月期、7～9月期も緩やかに悪化し続けるという予想になっており、それぞれの県の企業景況感は、やや異なる結果となりました。

表1 回答企業の業種別構成

業種	企業数	構成比(%)	業種	企業数	構成比(%)
食料品	31	5.7	漁業	6	1.1
繊維製品	5	0.9	建設業	82	15.1
化学・石油製品	19	3.5	卸売業	66	12.1
生コン・窯業・土石	33	6.1	小売業	69	12.7
鉄鋼・非鉄	13	2.4	不動産業	20	3.7
金属製品	25	4.6	運輸・倉庫業	36	6.6
一般機械	27	5.0	ホテル・旅館業	22	4.0
電子部品・電気機械	16	2.9	サービス業	41	7.5
輸送用機械	22	4.0			
その他製造業	11	2.0	合計	544	100.0

※繊維製品、漁業、窯業については長崎県のみ。※鉄鋼・非鉄については福岡県・長崎県のみ

総じて、3県の業況悪化のトレンドは、4～6月には下げ止まりの気配を見せており、下げ止まりのタイミングは異なるものの全国の景気と同様の動きを見せていることが分かります。

次に、製造業と非製造業とに分けてみます(図2、3)。

製造業では、福岡県で▲43(同-11)、熊本県で▲68(同-16)、長崎県で▲30(同-17)と、3

図1 業況BSIの推移(全産業)

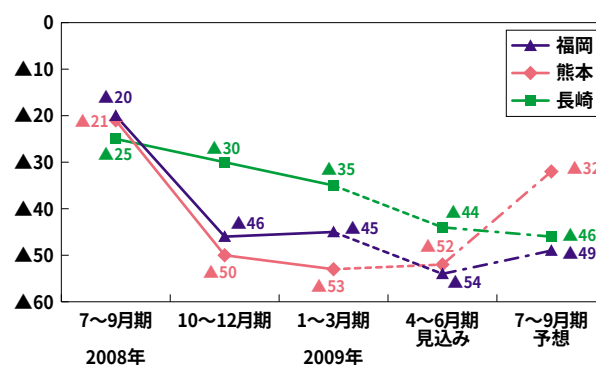


図2 業況BSIの推移(製造業)

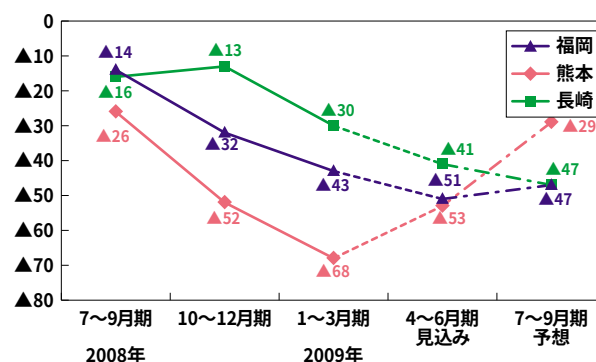
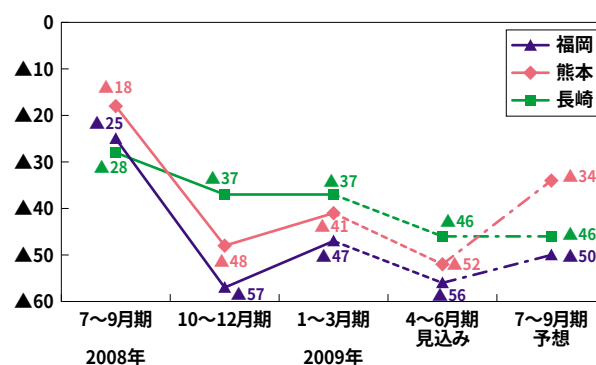


図3 業況BSIの推移(非製造業)



県ともに10ポイント以上悪化しました(図2)。堅調さを示していた長崎県も悪化に転じ、既に悪化していた熊本県と福岡県は水準をさらに押し下げました。ただし、熊本県は4～6月期で▲53を見込むなど、電子部品・電気機械や輸送用機械の7～9月期での急速な改善を予想しています。

非製造業では、福岡県で▲47(同+10)、熊本県で▲41(同+7)、長崎県で▲37(同±0)と、運輸・倉庫業や建設業の改善などで、福岡県と熊本県は幾分持ち直しました。長崎県はホテル・旅館業の低下などで前期と同水準の▲37で推移しました(図3)。4～6月期は、3県とも揃って約10ポイントの悪化を見込んでいますが、7～9月期では熊本県と福岡県が改善、長崎県は横ばいで推移すると予想しています。

非製造業全体の動きを見ると、落ち込みが昨年10～12月に一旦下げ止まりの動きをみせたものの、以降横ばいが続き、上昇に転じる気配を伺っているようです。一方、製造業全体の動き

を見ると、落ち込みのトレンドは続いているものの、勢いは1～3月期をピークに緩やかな落ち込みに変わって行きそうです。

県別での動きをまとめると、昨年9月のリーマンショックの後、福岡県と熊本県は自動車産業などへ影響が波及し、10～12月期、1～3月期と急激に景況感は悪化しました。しかし、その悪化の状況は4～6月期(見込み)もしくは7～9月期(予想)に下げ止まるということを示唆する結果となりました。

一方、長崎県は10～12月期、1～3月期と景気悪化の状況は非常に緩やかなものでしたが、4～6月期、7～9月期についても製造業において景況感は緩やかに低下するという予想となっています。

九州でも、今回の企業の景況感調査が示すとおり、悪化傾向に歯止めがかからない一方的な状況から、回復に向けての足音が少しずつ聞こえる状況へと変化し始めています。

(島浦 誠)

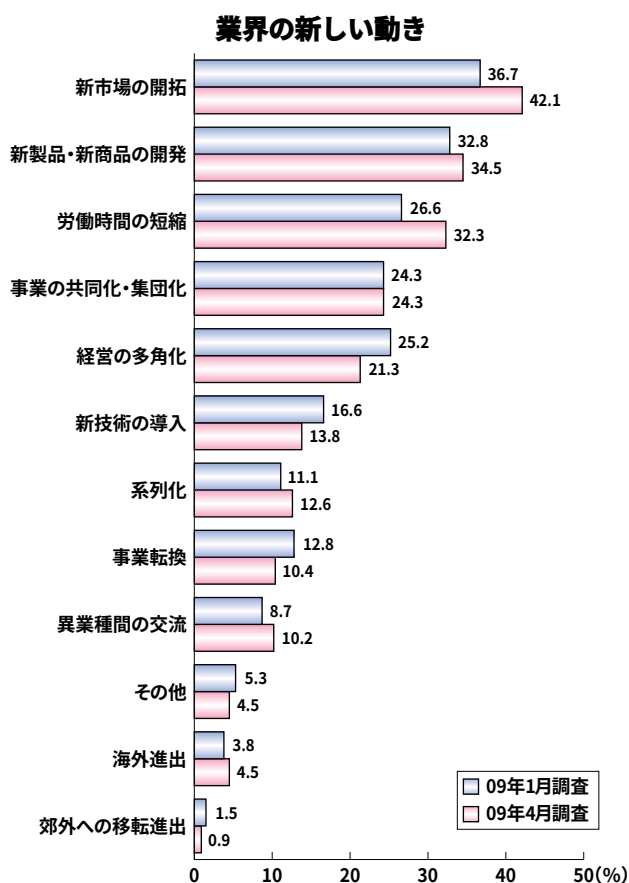
2. 業界の動きと経営課題(3県合算)

●業界の新しい動き(複数回答)

◆全産業：業界の新しい動きとしては「新商品の開拓(42.1%)」、「新製品・新商品の開発(34.5%)」、「労働時間の短縮(32.3%)」が上位を占めています。前回09年1月調査との違いは、これらの項目を選択した企業の割合が増加していることです。特に「労働時間の短縮」は5.7ポイント増え、需要減に対応した労働コスト抑制の動きが強まっているといえます。そのほかに多かったのは、「事業の共同化・集団化(24.3%)」、「経営の多角化(21.3%)」で、「経営の多角化」については前回調査より3.9ポイント低下し、上位4番目から5番目へと順位が下がりました。

◆製造業：食料品では「新製品・新商品の開発(82.1%)」が極めて高く、金属製品では「労働時間の短縮(66.7%)」、生コン等では「事業の共同化・集団化(51.6%)」の割合が高くなっています。

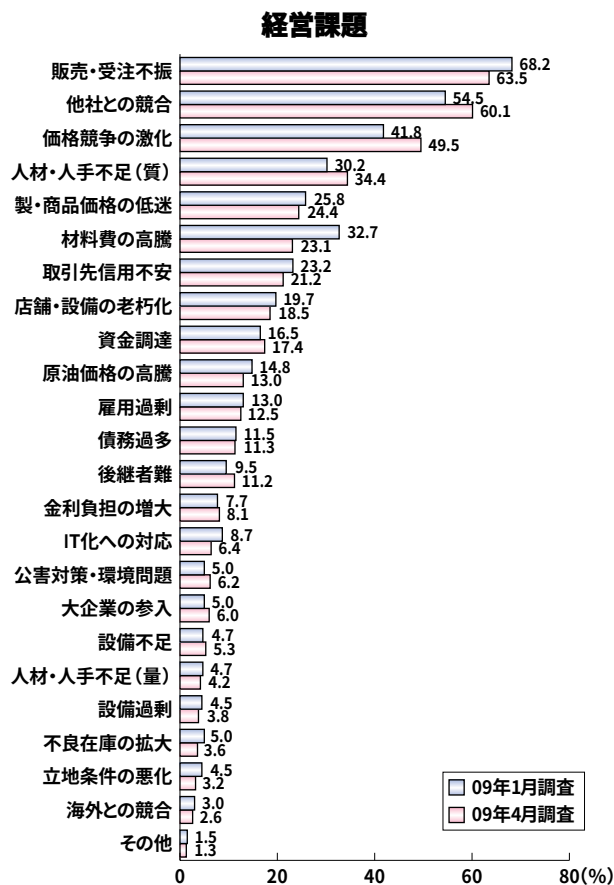
◆非製造業：サービス業、ホテル・旅館業などでは現状打開に向けた「新市場の開拓」が、運輸・倉庫業では需要減少に伴い「労働時間の短縮(52.0%)」の割合が高くなっています。



●経営課題(複数回答)

◆全産業：経営課題のトップは「販売・受注不振(63.6%)」ですが、前回09年1月調査時よりも4.3ポイント低下し、その後に続く「他社との競合(60.1%)」、「価格競争の激化(49.4%)」、「人材・人手不足(質)(34.4%)」などの割合が、前回調査時よりも増加しています。また前回4番目に位置していた「材料費の高騰(23.1%)」は9.6ポイント低下して5番目に順位を下げ、徐々に沈静化しつつあることが覗えます。

経営課題トップの「販売・受注不振」の割合が高い業種は、一般機械(80.8%)、繊維製品(80.0%)、金属製品(79.2%)、建設業(73.2%)などとなっています。

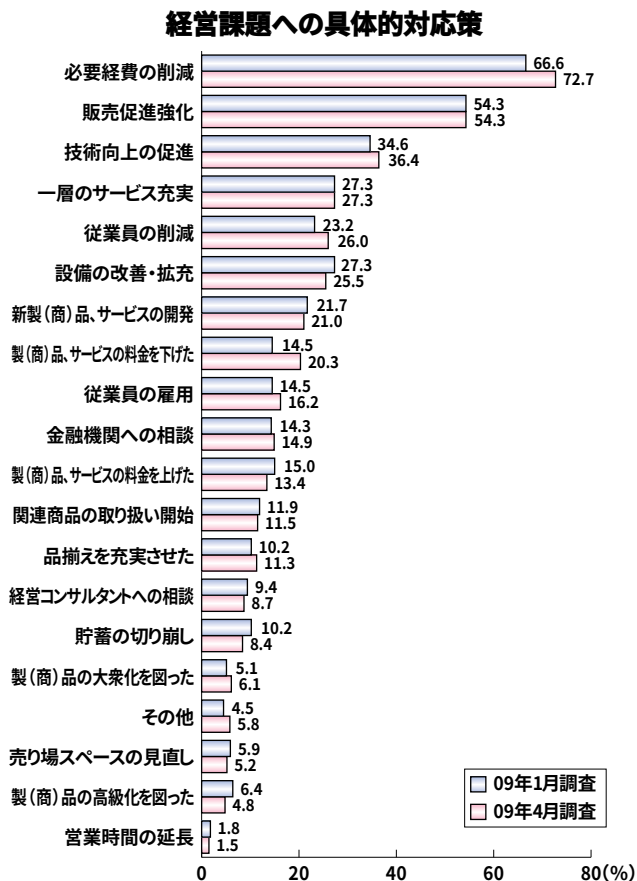


●経営課題への具体的対応策(複数回答)

◆全産業：対応策としてのトップは「必要経費の削減(72.7%)」で、前回調査時よりも6.1ポイント増加しており、コスト削減の動きが活発化しています。続く上位は「販売促進強化(54.3%)」、「技術向上の促進(36.4%)」、「一層のサービス充実(27.3%)」となっています。

そのほかの対応策のなかで、前回調査時と変化が大きいのは「製(商)品、サービスの料金を下げた(20.3%)」で5.8ポイント増加、「従業員の削減(26.0%)」で2.8ポイント増加しています。

対応策トップの「必要経費の削減」の割合が高い業種はホテル・旅館業(90.5%)、建設業(85.5%)、サービス業(77.8%)などです。

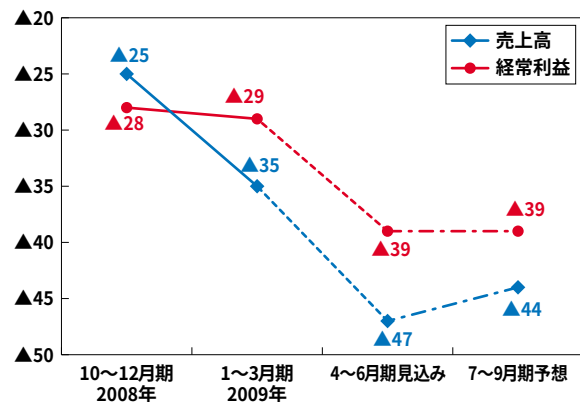


3. 各種BSIの動向(3県)

●売上高と経常利益

- ◆全産業：09年4～6月期の売上高は前期比一段のマイナスとなりますが、7～9月期予想では改善に転じるとしています。ただし、4～6月期から7～9月期にかけての経常利益は横ばいでの推移です。
- ◆製造業：化学・石油製品は売上高、経常利益とも、他産業よりいち早く4～6月期(見込み)に前期比改善に転じるとしています。
- ◆非製造業：1～3月期のホテル・旅館業は、9割を超える事業所が売上悪化とし、4～6月期以降は改善を見込んでいます。

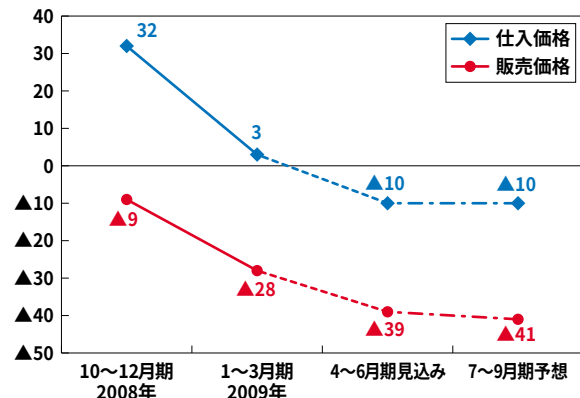
売上高と経常利益



●仕入価格と販売価格

- ◆全産業：先行きの販売価格は低下、仕入価格は横ばいを見込んでおり、販売と仕入価格のアンバランスが発生する見込みです。
- ◆製造業：鉄鋼・非鉄では7割以上の企業が仕入価格、販売価格ともに、先行き低下することを見込んでいます。
- ◆非製造業：仕入価格は2割強の企業が低下を見込むのに対し、販売価格は4割強が低下を見込んでおり、採算性は厳しさを増す見込みです。

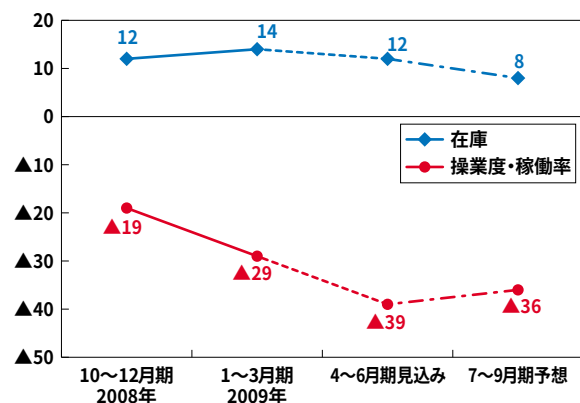
仕入価格、販売価格



●在庫と操業度・稼働率

- ◆全産業：在庫過剰の解消が進むのに伴い、操業度・稼働率も増加へ転じる見込みです。
- ◆製造業：鉄鋼・非鉄や一般機械などでは、引き続き操業度・稼働率を抑えており、急ピッチで在庫調整が進む見込みです。
- ◆非製造業：小売業や不動産業の在庫は、依然として過剰感の強い状態が続く見込みです。また、建設業の操業度は先行きも厳しい状況が続くようです。

在庫、操業度・稼働率



【調査の概要】

1. 調査対象

- (1)福岡県、熊本県、長崎県の3県に所在する企業。
- (2)3県の業種別構成比を基に無作為抽出。
福岡県998社(回答企業184社、回収率18.4%)
熊本県501社(回答企業90社、回収率18.0%)
長崎県640社(回答企業270社、回収率42.2%)

2. 調査時点：2009年4月中旬～5月中旬

3. 調査方法

(1)調査対象期間

2009年1～3月期：実績、09年4～6月期：見込み、09年7～9月期：見通し

(2)分析方法

各期について、前年同期と比較して業況が「良い」と答えた企業割合から「悪い」と答えた企業割合を差し引いた指数(BSI)を基に経済動向を予測

業界の新しい動き(複数回答)

	合計	食料品	繊維製品	生コン・ 窯業・土石	化学・ 石油製品	鉄鋼・ 非鉄	金属 製品	一般 機械	電子部品・ 電気機械	輸送用 機械	その他 製造業	漁業	建設業	卸売業	小売業	不動産業	運輸・ 倉庫業	ホテル・ 旅館業	サービス業
	回答数 (%)																		
新市場の開拓	198 42.1	50.0	33.3	22.6	36.8	50.0	37.5	50.0	37.5	43.8	40.0	25.0	41.3	52.6	36.4	43.8	20.0	53.3	57.9
新製品・新商品の開発	162 34.5	82.1	33.3	35.5	57.9	25.0	29.2	61.5	50.0	37.5	30.0	25.0	16.0	36.8	34.5	25.0	4.0	40.0	23.7
労働時間の短縮	152 32.3	35.7	66.7	41.9	21.1	50.0	62.5	53.8	25.0	31.3	30.0	—	20.0	26.3	23.6	25.0	52.0	26.7	31.6
事業の共同化・集団化	114 24.3	17.9	—	51.6	26.3	8.3	8.3	11.5	18.8	6.3	10.0	50.0	22.7	29.8	34.5	12.5	36.0	33.3	15.8
経営の多角化	100 21.3	17.9	—	22.6	5.3	16.7	8.3	—	6.3	6.3	20.0	—	44.0	17.5	30.9	43.8	12.0	13.3	18.4
新技術の導入	65 13.8	14.3	—	12.9	26.3	16.7	12.5	15.4	37.5	18.8	10.0	50.0	18.7	3.5	7.3	18.8	12.0	—	13.2
系列化	59 12.6	10.7	33.3	16.1	—	8.3	8.3	7.7	—	6.3	20.0	—	6.7	22.8	23.6	—	20.0	20.0	7.9
事業転換	49 10.4	10.7	33.3	—	10.5	16.7	16.7	11.5	—	6.3	—	—	16.0	7.0	12.7	31.3	8.0	—	7.9
異業種間の交流	48 10.2	7.1	—	9.7	—	16.7	12.5	—	31.3	12.5	—	—	12.0	14.0	5.5	6.3	8.0	—	21.1
海外進出	21 4.5	7.1	33.3	3.2	15.8	16.7	4.2	7.7	6.3	6.3	—	—	2.7	3.5	5.5	—	—	—	—
郊外への移転進出	4 0.9	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1.3	—	5.5	—	—	—	—
その他	21 4.5	—	—	—	—	8.3	—	3.8	12.5	6.3	10.0	—	5.3	—	3.6	—	16.0	6.7	10.5
合計	470 100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

経営課題(複数回答)

	合計	食料品	繊維製品	生コン・ 窯業・土石	化学・ 石油製品	鉄鋼・ 非鉄	金属 製品	一般 機械	電子部品・ 電気機械	輸送用 機械	その他 製造業	漁業	建設業	卸売業	小売業	不動産業	運輸・ 倉庫業	ホテル・ 旅館業	サービス業
	回答数 (%)																		
販売・受注不振	336 63.5	46.7	80.0	65.6	57.9	69.2	79.2	80.8	81.3	61.9	63.6	33.3	73.2	67.7	56.7	42.1	53.1	59.1	57.5
他社との競合	318 60.1	50.0	20.0	53.1	63.2	46.2	54.2	42.3	50.0	47.6	63.6	16.7	76.8	70.8	71.6	42.1	46.9	54.5	62.5
価格競争の激化	262 49.5	40.0	—	53.1	52.6	38.5	62.5	42.3	43.8	33.3	45.5	—	68.3	63.1	47.8	47.4	21.9	50.0	42.5
人材・人手不足(質)	182 34.4	40.0	60.0	18.8	21.1	46.2	29.2	34.6	31.3	38.1	36.4	66.7	32.9	30.8	43.3	10.5	28.1	31.8	50.0
製・商品価格の低迷	129 24.4	23.3	40.0	43.8	15.8	53.8	41.7	15.4	37.5	23.8	72.7	50.0	18.3	26.2	16.4	21.1	3.1	31.8	12.5
材料費の高騰	122 23.1	63.3	40.0	62.5	57.9	15.4	16.7	23.1	31.3	33.3	27.3	16.7	19.5	13.8	9.0	15.8	3.1	22.7	7.5
取引先信用不安	112 21.2	16.7	—	46.9	10.5	23.1	29.2	11.5	12.5	23.8	18.2	—	23.2	36.9	13.4	21.1	15.6	—	17.5
店舗・設備の老朽化	98 18.5	30.0	20.0	31.3	21.1	15.4	8.3	19.2	6.3	—	9.1	33.3	4.9	7.7	26.9	47.4	31.3	45.5	12.5
資金調達	92 17.4	10.0	40.0	9.4	10.5	15.4	8.3	23.1	6.3	9.5	27.3	—	25.6	6.2	16.4	36.8	34.4	31.8	12.5
原油価格の高騰	69 13.0	16.7	—	37.5	36.8	15.4	—	7.7	—	9.5	9.1	50.0	9.8	7.7	7.5	—	43.8	—	10.0
雇用過剰	66 12.5	—	—	3.1	—	30.8	20.8	38.5	25.0	19.0	18.2	—	14.6	12.3	13.4	10.5	9.4	4.5	2.5
債務過多	60 11.3	10.0	—	18.8	10.5	7.7	12.5	7.7	—	4.8	27.3	16.7	7.3	4.6	14.9	—	31.3	27.3	7.5
後継者難	59 11.2	10.0	—	6.3	5.3	—	8.3	11.5	6.3	28.6	27.3	16.7	11.0	4.6	14.9	15.8	3.1	9.1	22.5
金利負担の増大	43 8.1	13.3	—	6.3	10.5	15.4	4.2	3.8	—	19.0	18.2	—	8.5	6.2	9.0	—	9.4	13.6	5.0
IT化への対応	34 6.4	6.7	—	—	5.3	—	12.5	3.8	6.3	9.5	—	—	2.4	10.8	10.4	—	12.5	4.5	7.5
公害対策・環境問題	33 6.2	10.0	—	9.4	5.3	23.1	—	—	—	14.3	—	—	6.1	4.6	4.5	—	21.9	—	5.0
大企業の参入	32 6.0	3.3	—	—	5.3	—	—	3.8	6.3	4.8	—	—	7.3	10.8	14.9	10.5	—	9.1	—
設備不足	28 5.3	16.7	20.0	6.3	10.5	—	4.2	—	6.3	—	—	33.3	3.7	4.6	4.5	—	6.3	9.1	2.5
人材・人手不足(量)	22 4.2	3.3	—	—	—	—	8.3	—	—	—	—	—	4.9	1.5	4.5	—	9.4	13.6	12.5
設備過剰	20 3.8	—	20.0	3.1	5.3	15.4	4.2	11.5	—	4.8	9.1	—	—	3.1	1.5	5.3	6.3	9.1	2.5
不良在庫の拡大	19 3.6	10.0	—	—	10.5	—	—	—	—	4.8	—	—	1.2	9.2	6.0	—	3.1	—	2.5
立地条件の悪化	17 3.2	—	—	—	5.3	—	—	—	—	4.8	—	—	1.2	1.5	16.4	—	—	4.5	2.5
海外との競合	14 2.6	—	40.0	—	—	—	8.3	11.5	12.5	14.3	—	—	1.2	1.5	—	—	—	—	—
その他	7 1.3	—	—	—	—	—	—	—	6.3	—	—	—	—	—	4.5	5.3	—	4.5	2.5
合計	529 100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

経営課題への具体的実施策(複数回答)

	合計	食料品	繊維製品	生コン・ 窯業・土石	化学・ 石油製品	鉄鋼・ 非鉄	金属 製品	一般 機械	電子部品・ 電気機械	輸送用 機械	その他 製造業	漁業	建設業	卸売業	小売業	不動産業	運輸・ 倉庫業	ホテル・ 旅館業	サービス業
	回答数 (%)																		
必要経費の削減	336 72.7	69.2	75.0	66.7	66.7	75.0	66.7	65.4	73.3	70.6	75.0	66.7	85.5	70.9	64.5	64.3	75.0	90.5	77.8
販売促進強化	251 54.3	57.7	75.0	33.3	44.4	58.3	50.0	46.2	53.3	64.7	50.0	33.3	50.0	61.8	62.9	42.9	46.9	71.4	58.3
技術向上の促進	168 36.4	42.3	75.0	22.2	38.9	66.7	62.5	61.5	73.3	47.1	75.0	33.3	56.5	20.0	14.5	7.1	25.0	4.8	30.6
一層のサービス充実	126 27.3	19.2	—	7.4	11.1	16.7	16.7	15.4	26.7	17.6	12.5	—	22.6	29.1	54.8	21.4	28.1	52.4	33.3
従業員の削減	120 26.0	15.4	25.0	33.3	16.7	16.7	20.8	38.5	20.0	29.4	50.0	—	27.4	29.1	19.4	28.6	31.3	33.3	22.2
設備の改善・拡充	118 25.5	53.8	25.0	33.3	33.3	41.7	29.2	26.9	33.3	47.1	37.5	33.3	6.5	10.9	21.0	28.6	31.3	19.0	30.6
新製(商)品、サービスの開発	97 21.0	38.5	25.0	25.9	55.6	16.7	16.7	23.1	40.0	23.5	50.0	33.3	9.7	21.8	9.7	7.1	9.4	38.1	16.7
製(商)品、サービスの料金を下げた	94 20.3	7.7	—	25.9	5.6	33.3	33.3	23.1	26.7	5.9	—	—	14.5	20.0	24.2	42.9	15.6	47.6	13.9
従業員の雇用	75 16.2	15.4	—	11.1	11.1	8.3	12.5	15.4	13.3	23.5	—	33.3	19.4	16.4	16.1	7.1	25.0	4.8	27.8
金融機関への相談	69 14.9	11.5	25.0	25.9	—	—	4.2	11.5	6.7	17.6	37.5	—	16.1	10.9	16.1	21.4	28.1	28.6	8.3
製(商)品、サービスの料金を上げた	62 13.4	46.2	25.0	33.3	22.2	8.3	8.3	11.5	6.7	5.9	12.5	33.3	1.6	14.5	14.5	—	12.5	4.8	8.3
関連商品の取り扱い開始	53 11.5	7.7	—	—	11.1	8.3	8.3	3.8	—	5.9	25.0	—	11.3	20.0	29.0	7.1	6.3	—	8.3
品揃えを充実させた	52 11.3	15.4	—	3.7	5.6	—	—	—	—	—	12.5	33.3	3.2	29.1	30.6	—	3.1	14.3	8.3
経営コンサルタントへの相談	40 8.7	3.8	—	3.7	11.1	—	—	11.5	13.3	11.8	37.5	—	12.9	7.3	3.2	7.1	9.4	28.6	5.6
貯蓄の切り崩し	39 8.4	11.5	—	14.8	11.1	8.3	8.3	3.8	—	—	25.0	33.3	11.3	5.5	8.1	—	15.6	4.8	5.6
製(商)品の大量化を図った	28 6.1	15.4	—	3.7	5.6	8.3	—	—	—	—	—	33.3	1.6	5.5	12.9	14.3	3.1	9.5	8.3
売り場スペースの見直し	24 5.2	7.7	—	3.7	—	—	—	—	—	5.9	—	—	—	—	21.0	7.1	—	4.8	13.9
製(商)品の高級化を図った	22 4.8	19.2	—	3.7	11.1	16.7	4.2	3.8	—	5.9	—	—	1.6	1.8	4.8	7.1	3.1	—	5.6
営業時間の延長	7 1.5	3.8	—	3.7	—	—	—	—	—	—	—	—	1.6	1.8	3.2	—	3.1	—	—
その他	27 5.8	3.8	—	11.1	—	16.7	8.3	7.7	13.3	—	—	—	6.5	1.8	3.2	7.1	6.3	9.5	8.3
合計	462 100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

九州食の商談会 食の魅力とこだわりが集結!! フード・アグリアイランド九州2009開催

2009年5月19日、ふくおかフィナンシャルグループ傘下行の主催による「フード・アグリアイランド九州2009」を福岡銀行本店ビルにて開催致しました。九州・山口全域から「こだわりの食材」や「付加価値の高い商品」を取り扱う食品関連企業93社が出展し、百貨店、スーパーなどのバイヤーの方々と活発な商談を行い大盛況となりました。この商談会の模様についてご紹介致します。



展示会場風景(福岡銀行本店ビル10階)

バイヤーの方々のニーズを捉えた商談会を企画

ふくおかフィナンシャルグループでは、昨年11月に「食の商談会」を個別商談形式で開催しました。

この商談会に参加したバイヤーの方々と意見交換する中で最も多かった要望が、個別商談形式とブース展示形式をセットにした商談会の開催です。これは、バイヤーの方々が実際に展示された商品を見ながら商談が行えることや多くの参加企業と自由な形で商談ができることが理由です。

商談が成約に繋がり易くなるよう、バイヤーの方々のニーズに応

えたブース展示形式の商談会を行う場合、会場費や設営費などの費用負担が大きな課題となります。

そのため、今回初めての試みとして、ブース展示会場に本店ビルを利用することで、参加企業の出展料を比較的抑えることが可能となりました。(一般企業5万円、FFG経営者クラブ会員企業2万円)

FFG商談会最多の商談件数と商談成約率のアップ

本商談会において、特に事務局

で注力したのは、個別商談件数を増やすとともに商談の成約率を高めることです。

今回、参加企業の取扱商品に幅広く対応できるよう、催事・生鮮・グロサリー(食料品)など各分野について満遍なく、全国から31名(18社)のバイヤーの方々を招致致しました。

また、商談の成約率を高めるには、バイヤーの方々と参加企業のニーズを如何に効率的にマッチさせるかが重要となります。そこで、事前にバイヤーの方々にヒアリン

図1 個別商談会の状況(前回との比較)

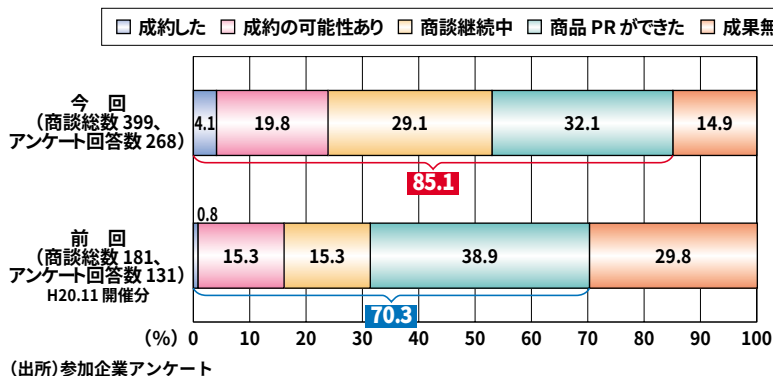
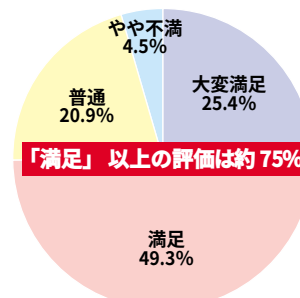


図2 商談会の満足度



(出所)参加企業アンケート

グした商談ニーズをベースに参加企業を募集し、その上で参加企業の商談希望を加味した商談を設定するという形式を採りました。

個別商談については、参加企業1社あたり4件程度、本商談会全体では、FFGが主催する商談会としては最多となる400件の商談を設定しました。

このようにバイヤーの方々と参加企業のニーズをきめ細かく商談設定に反映したことが奏功し、商談結果としては、図1のように前回の個別商談会を上回る成約が見込まれる状況です。

また、参加企業の満足度も、回答者の約75%が「満足以上」という高い結果となっています。(図2)

バイヤー、来場者の方々にも好評

個別商談会に参加したバイヤーの方々の感想としては、「催事で直ぐに採用したい商品があった」「九州の魅力のある食材が幅広く取り揃えてあり、実のある商談ができた」など大変好評です。

また、ブース展示会場は、個別商談会の参加バイヤーの方々以外に、FFGのネットワークにより百貨店・スーパー・商社、ホテル、給食会社、レストラン等の食品仕入担当者やバイヤーの方々、大学、調理師学校、行政関係者など約850

名のご来場をいただき、フリーの商談と商品PRの場となりました。

ご来場されたバイヤーの方々からは、「展示スペースがコンパクトなので、商品が絞りがまれ商談がしやすかった」「会場へのアクセスが非常に良いので、交通手段や時間を気にせず商談ができた」などのご意見も頂きました。

産学連携と大学産まれの食フェア

また本商談会では、九州内の大学と食品メーカーとの共同開発(共同研究)により商品化された“産学連携食品”を特集した「大学産まれの食フェア」を同時開催致しました。

現在、ふくおかフィナンシャルグループでは、地域産業と大学との技術マッチングのお手伝いなど産学連携に取り組んでいるところであり、今回の企画も、この一環として取り組んだものです。

出展された商品は、農学系、工学系の先生方との連携によりブランド化された日本酒、ソーセージ、新種の野菜、焼酎、お茶、健康飲料水など分野は様々ですが、いずれも、一味違った特徴を持つ興味深いものばかりで、一際、ご来場者の注目を集めました。

これら商品を取り扱う企業は、起業間もない大学発ベンチャーから、業歴の長い老舗メーカーまで

幅広く、求めるニーズも様々です。ある企業からは、「私の会社は、設立2年目。まさにこれから販路拡大に傾注していく段階。今回の商談会は今後の販路拡大の良い機会となった。良い商談を頂いたので、当社の生産体制を十分に整えながら事業拡大に繋げたい」とのコメントを頂きました。

自社商品の差別化や付加価値向上を目指すうえで、大学が持つ技術を活用することは極めて有効な手段の一つであると思われます。このような企業のニーズにお応えするため、引き続き産学連携の場の提供に取り組んでいきたいと考えています。

最後に

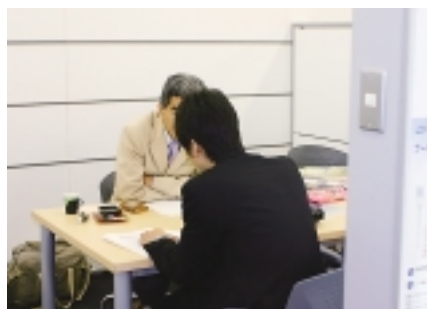
今回の商談会開催に当たり、開催趣旨にご賛同いただきました大分銀行・宮崎銀行、及び行政機関の皆様のご協力により、オール九州による「食の商談会」を開催することができましたこと大変感謝いたします。

今後とも、ふくおかフィナンシャルグループでは皆様の販路拡大やビジネスマッチングに繋がる商談会の開催に努めてまいります。

【お問合せ先】

FFGビジネスコンサルティング

担当：今泉/大野 TEL：092-723-2244



個別商談風景(福岡銀行本店ビル5階ビジネスマッチングフロア)

中国大連市におけるチャレンジショップ開設と個別商談会開催

ふくおかフィナンシャルグループ(以下、F F G)では、九州企業の中国ビジネスをサポートするため、中国大連市においてチャレンジショップを開設し、個別商談会を開催いたしましたので、お知らせします。

1. 「チャレンジショップ」オープン

5月24日(日)、北九州市やF F Gビジネスコンサルティングなどが共同で運営する「日本北九州商品展示販売センター」(通称：大連チャレンジショップ)が多くの観衆が見守る中、関係者によるテー



プカットなどにより華々しくオープンしました。

大連チャレンジショップ出展企業の募集

F F Gでは、大連チャレンジショップの出展企業を引き続き募集いたします。出展期間は6ヵ月単位ですので、今後、11月と5月に商品の入れ替えが予想されます。空いたスペースにつきましては、先着順で出展が可能です。なお、食品、化粧品の展示販売の場合、中国での諸手続きに数ヵ月かかることもありますので、お早めにお申し込む必要があります。

中国市場開拓の足がかりとして、また、テストマーケティングの拠

大連チャレンジショップ概要

名 称	日本北九州商品展示販売センター
設置期間	2009年5月24日～2011年9月
場 所	大連心悦大酒店 (大連市内のホテル)
募集数	60スペース 工業製品等：幅50cm×高さ100cm 食品・雑貨：幅50cm×高さ50cm×奥行き50cm
開設時の出展企業数	49社(59スペース) 内訳：工業分野17社、食品分野14社、 雑貨分野12社、その他6社
機 能	現地スタッフが出展品の紹介を通して中国市場でのニーズ調査を実施し、情報を出展者へ還元
出展対象	【工業製品等】：PRパネル展示など 【食品・雑貨】：小売販売(食品については、大連の日本食スーパーにて一部販売)
出展料(税込) (1スペースあたり)	北九州市内企業：7,000円/月※1 北九州市外企業：15,000円/月※2 ※1 北九州商工会議所会員：5,000円/月 ※2 F F G 3行のお取引先：12,000円/月(左記に加えて、北九州商工会議所会員の場合は10,000円/月)
初回登録料(税込)	10,000円/社※3 ※3 北九州商工会議所会員：無料
出展期間	6ヵ月単位

【出展の条件】

- ・物流費用や諸税、検査費用などは出展者のご負担となります。
- ・食品、雑貨については商品の無償提供が必要です。
詳細は文末の【お問合せ先】までご連絡ください。



ショップ内の商品陳列棚

点として、是非このチャレンジショップをご活用ください。

2. FFG主催の「個別商談会」開催

5月25日(月)、大連チャレンジショップに出展する企業など中国ビジネスに関心を持つ企業を対象とした個別商談会を、大連市政府とふくおかフィナンシャルグループの主催で行いました(参加料は無料)。

本商談会には、中国での販路開拓やパートナーを求める日本企業52社が参加し、中国企業130社と約400件の個別商談を行い、大連市において開催された個別商談会としては過去最大規模となりました。



ショップ入口に設置されている、映像と音声(中国語)により出展企業の商品を紹介するシステム

集計アンケートより

当日は、九州各地の幅広い業種の企業が、大連市政府と福岡銀行大連駐在員事務所とが協力して招致した中国企業と、タイムスケジュールに沿って商談を行いました。参加企業の商談ニーズに基づいて中国企業を選定したことから、具体的で効率的な個別商談が実現しました。予定外に来場する中国企業もあり「商談時間が足りない」という声もありましたが、1社あたり平均8社の中国企業と商談を行い、約8割の企業が「成果があった」と回答されています。



個別商談風景Ⅰ

参加した日本企業52社の半数以上が初めて海外商談会・展示会に参加したとのことでしたが、「中国企業の勢いを感じることができ、大変勉強になった」「大連でのビジネスに自信が持てました」といった感想が聞かれました。

大連で関心の高い分野

中国企業の関心が高かったのは、化粧品、食品(特に健康食品)、介護用品など、生活水準の向上によ



個別商談風景Ⅱ

り高い需要が見込まれる商品に加えて、環境、造船といった大連市が産業集積に力を入れている分野でした。

サンプルや見積もり依頼を受ける企業や、商談会后、現地の工場や店舗に出向くなど、早速具体的な商談に進展している企業も多数見られました。

ふくおかフィナンシャルグループの中国ビジネス支援

ふくおかフィナンシャルグループは、お取引先企業の中国ビジネス支援のため、大連、上海、香港に駐在員事務所を設置しています。今回ご紹介したチャレンジショップや大連商談会以外にも、「ものづくり商談会@上海2009(7月16日開催)」や「日本食品展示商談会in上海(仮称、10月末開催予定)」などを計画しておりますので、是非ともご活用ください。

(長田 修一)

【お問合せ先】

FFGビジネスコンサルティング
担当：長田／渡辺 TEL：092-723-2244

REPORT

中華人民共和国「香港特別行政区」の現状

昨今の中国経済は、世界的な金融危機や最大の輸出相手国であるアメリカの景気低迷の影響を受けてはいるものの、温家宝首相が2009年3月の全国人民代表大会後の会見で、09年の政府目標である経済成長率8%の達成は可能であると明言したように、実際09年第1四半期の実質GDP成長率の速報値は前年同期比プラス6.1%となり、この不況下でも世界において高い水準を維持しています。

しかしながら、そんな経済発展の著しい中国にあって特別行政区である香港では、金融危機により4大産業(金融・物流・観光・商業支援等サービス)のうち、金融・物流・観光の3分野で大きな打撃を受けています。こうした状況を深刻に捉えた中央政府は、香港経済を支援する目的で様々な措置を打ち出しました。

今回はこれらの動きを踏まえながら、香港の現状についてレポートいたします。

1. 悪化する香港の経済動向

香港は、広東省珠江デルタ地区(香港、広州、深センなどの都市を含む)の経済特区制度を活用して発展を遂げ、同地区の経済成長を牽引する役割を果たしてきました。

しかし、近年は上海・広州・深センといった中国本土の経済都市が急速に力を付けてきたことで、本土へのゲートウェイとしての優位性は低下してきています。また国際金融センターと



しての位置付けも、中央政府が上海の国際金融化政策を打ち出したことで低下し、香港内にも動揺が広がっています。

香港にある製造業の生産拠点が1990年代前半までに中国本土へ移転し、サービス産業が香港GDPの約9割を占めるようになる中、2008年中頃まで安定成長していた香港経済は、同年9月の国際金融危機による世界的な不況の影響で、08年の実質GDP成長率は2.4%増(前年比4.0ポイント減)、09年第1四半期は7.8%減と大きく減速しました。消費者物価上昇率も08年は4.3%と上昇傾向にありましたが、09年第1四半期には1.7%と下降しています。また、失業率も08年には3%台まで回復していましたが、09年第1四半期には5.1%と悪化しています(表1参照)。

表1 香港経済指標

(%)

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年 第1四半期
実質GDP成長率	7.1	7.0	6.4	2.4	▲7.8
消費者物価上昇率	1.0	2.0	2.0	4.3	1.7
失業率	5.6	4.8	4.0	3.6	5.1

出所: Hong Kong Census and Statistics Department

2. 中央政府の香港に対する政策

09年4月、中央政府は常務会議で、香港と広東省の広州市・深セン市・東莞市・珠海市に上海市を加えた5つの都市において、対外貿易での人民元建による貿易決済を開始する方針を決定しました。

現時点で詳細は不明ですが、広東省で300社・上海市で100社が人民元決済を行える指定業者に選定される見込みです。香港において外貨に加え人民元での為替取引が開始されれば、中国本土に拠点を有しなけりばできなかった人民元建の取引を香港で取り扱うことが可能となります。さらに、中国本土の香港系銀行による人民元債の発行解禁により人民元の調達方法が多様化し、中国本土での業務に不可欠な人民元の資金が集め易くなります。この政策実施が香港の国際金融センターとしての地位を高めると同時に、人民元の国際化にも寄与するものと期待されています。

また、金融以外の分野においても、香港系加工貿易企業の中国国内への販売支援、深セン市民の香港旅行に関するビザ発給の条件緩和、中国のツアー旅行者が香港を拠点とする船に乗りし香港経由で台湾に旅行することへの認可、大規模インフラ整備プロジェクト(香港―珠海―マカオ大橋、香港―深セン空港間鉄道、広州―深セン―香港高速鉄道の早期着工)などの支援策が打ち出されており、香港経済を全面的にバックアップする中央政府の姿勢がうかがえます。

3. 人民元決済が可能になった際の外資企業のメリット

香港と中国本土、特に華南地区の間で人民元決済が可能となった場合、香港にある日系企業などにとって、どのようなメリットが考えられるでしょうか。香港に拠点を置く日系企業の大



銅鑼湾が人で溢れる様子(平日20時頃)



回転すしの店先で順番待ちする様子

半は、中国本土と海外とのハブ的な役割を果たしています。それぞれの通貨が取扱えるメリットを活かし資金調達・決済・外国為替を集中させた財務面での統括管理部門を強化させたり、香港の低税率をうまく活用したりすることが今まで以上に活発になるのではないかと考えられます。

金融危機の影響であらゆる産業が打撃を受け、香港を拠点とした中国や東南アジアへの進出は現段階では魅力を欠いているように思われます。しかしながらハイレベルな金融システムを備え、今後も経済発展を続けるであろう中国との貿易の中継地点としての役割を十分果たせるだけの港湾施設を兼ね備えた香港は、やはり世界が注

目する商業都市のひとつであることに間違いありません。

4. 駐在員から見た香港のカルチャー・習慣等

香港駐在員赴任後3ヵ月の私が実際に見て感じた、香港の印象について述べたいと思います。この不況下、「買物天国・美食天国」といわれる香港とは言ってもあまり活気がないのではと思いつつ、実際に街の中へ繰り出すと、午後8時以降にも街は人で溢れかえっていて、不況の影響を全く感じさせない光景を目にします。

私がよく行くのは銅鑼灣(コーズウェイベイ)という街ですが、福岡で言えば天神と中洲が融合したようなところ。ここはデパートや飲食店が数多く連なっており、特に店の前に人が溢れているのがお寿司屋さんです。数多くの日本式飲食店があるなか、ここ数年は、回転寿司に人が流れています。かつては休日に飲茶に行っていたファミリー層も、割高であるにもかかわらず、回転寿司に足が向いているようです。その中でも特に、香港人オーナーの寿司チェーン店が人気で、このオーナーは昨年、今年と築地市場のマグロの初せりで高級マグロを最高値で競り落とし、日本でも話題になった人物です。「刺身は日本人が世界に誇る食文化なのに、なぜもっと世界に刺身文化を発信しないのか」と感じ、日本に頻繁に足を運んで情報を収集されているそうです。

私が香港の食品商社の方にお会いした時に、「これから日本の食品で何が売れそうですか」と尋ねたところ、「何が売れるか、こっちが知りたいくらいだよ」と返されました。これは別に冷たく対応されたわけではなくて、香港にはいろいろな商品が世界各国から集まっており、何がブームになるかわからないということを象徴した発言であるといえます。さらに、この方

が語気を強めて「日本のサプライヤーは日本で売れているから香港でも売れるはずだと言って商談を持ち込んでくるが、もっと香港に関する調査(マーケティング、カルチャー等)を行ってから商談に臨むべきだ。」と話していました。

以上のようなことを目にしたり耳にしたりすると、香港という都市のポテンシャルの高さを実感しますし、まだまだ工夫次第でビジネスチャンスを手にすることは十分に可能であると思うのです。

5. 最後に

この不況下、香港・華南地区の日系企業の方々からお聞きすることは、決まって売上が大きく落ち込んだということです。しかし、今後も経済成長を続けていくであろう中国や東南アジアのマーケットを対象としたビジネスは、当然、世界各国の投資家たちから注目されることでしょう。

世界が注目するマーケットの中心に位置する香港は、レッセフェール(自由放任)政策やタックスヘイブン(租税回避地)といった優遇制度のほか、港湾設備や物流倉庫などの社会インフラも充実しています。したがって中国や東南アジアとビジネスを行う場合、香港を経由するなど香港の優位性を再認識して、事業計画を検討する必要があるのではないのでしょうか。

福岡銀行の海外駐在員事務所(大連・上海・香港)では、お客様が海外でビジネスを行う際に必要となる情報の収集等を行っております。これから海外ビジネスを検討される方も、FFG3行のお取引店を通じてお気軽にご連絡ください。

(香港駐在員事務所 末松 尚樹)

参考：NNA ASIA記事

上海編

リバテープ製薬株式会社 ～利巴泰製薬株式会社～

今回は上海より、リバテープ製薬株式会社をご紹介します。同社は熊本県鹿本郡植木町に本社を構える医薬品・医療品メーカーで、日本で最初の救急絆創膏を開発したことで有名です。現在では、医療機関向けの商品開発・販売を中心に、個人向け化粧品等の開発・販売も行っています。また、医療分野の品質保証国際標準規格である「ISO13485」の認証や、製品の安全基準を示す「CEマーク」を取得し、海外市場での販売強化に乗り出しています。

同社は、中国を欧米と並ぶ輸出の主力市場と考えており、リバテープブランドの中国定着を目指し、2007年8月に上海事務所(利巴泰製薬株式会社 上海代表処)を開設しました。また、当社の中国語社名である「利巴泰(りばたい)」は、現地での販売拡大を見据え、中国でも商標登録も行っています。

上海事務所を開設した当初、中国市場への第一弾として投入した製品は、絆創膏(リバテープ)ではなく、熊本特産の「馬油」でした。中国では、「馬油」が化粧品として分類され、当局の認可を受ける必要から、中国での厳しい審査を経験しての販売となりました。中国の空気は乾燥が激しく、肌が荒れやすいため、保湿性の高い「馬油」は中国の中高所得者層に徐々に受け入れられた様です。現在では上海の薬局(約100店舗)で購入できるまでに至っています。

また、第二弾の製品として、来年早々にも、同社主力の絆創膏(病院向けの大型絆創膏と新製品の10ミクロンの極薄タイプの絆創膏)を投入する予定です。中国市場の将来性と採算性を念頭に入れた、新たな商品投入を行い、事業展開の拡大を図る予定です。

中国国内での「馬油」や「絆創膏(リバテープ)」の販売活動は、現地法人の資格がないと販売活動が認められていません(事務所での販売活動は不可)。そこで、現実的な販売方法として手を打ったのが、今年初めより開始した日系大手の医療代理店による委託販売です。販路拡大を目的に新たなビジネスモデルとしてスタートし、これからの事業拡大が期待されています。



昨年の上海ジャパンフェアにも出展

手探りの中での中国への輸出事業と販促活動は、日本と違い苦労も多かったとのこと(利巴泰製薬株式会社 上海事務所首席代表の滝口氏談)。日本では、ある程度化粧品として認知されている「馬油」ですが、中国での更なる普及のため、まず「馬油」そのものの機能や安全性を広く認知させる必要があります。

今後、当社の製品は病院・薬局・ドラッグストアの3つの販路を軸にマーケット戦略を進めて行く予定です。九州発の製品を中国で見かけることがまた多くなりそうです。

(上海駐在員事務所 守部 直文)

PROFILE

■現地事務所名/ **利巴泰製薬株式会社 上海代表処**

■住 所/ 上海市中山南路28号久事大厦4楼B座

■T E L / +86-21-6330-9288

■F A X / +86-21-6330-9028

■日本本社名/ **リバテープ製薬株式会社**

■住 所/ 熊本県鹿本郡植木町岩野45番地

■T E L / 096-272-0631

■F A X / 096-275-1064

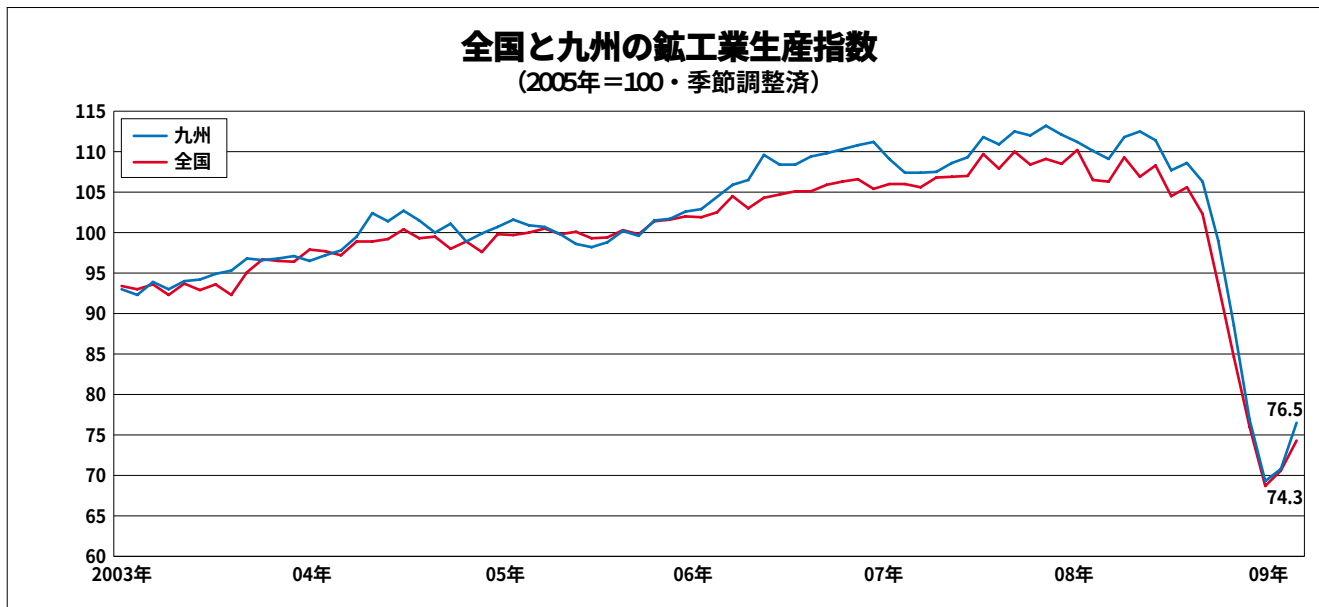


リバテープ上海の滝口首席代表と陳女史

九州の鉱工業生産動向

[基調判断]……………生産は持ち直しの動き

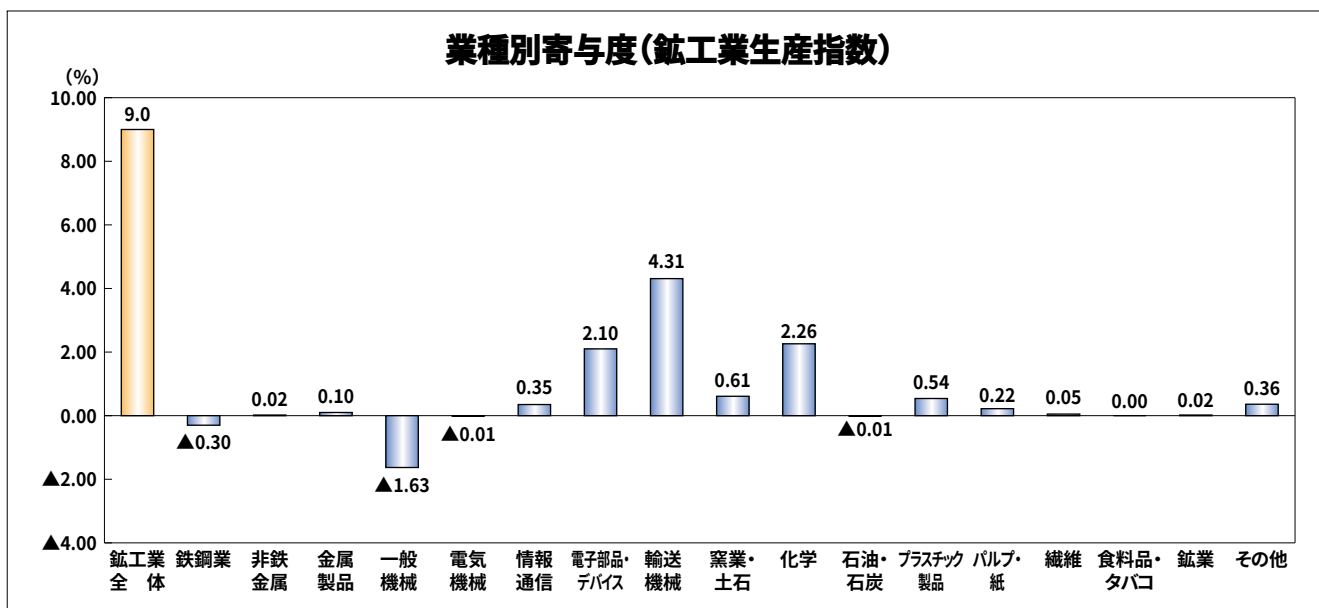
2009年4月の九州の鉱工業生産指数(季節調整済)は、在庫調整が進んだ結果、前月比9.0%上昇し、2ヶ月連続で前月実績を上回りました。九州地区の生産には持ち直しの動きがみられます。



(出所)九州経済産業局

[業種別動向]……………全17業種のうち上昇12業種、低下4業種、横ばい1業種

鉱工業生産指数の前月比9.0%の上昇について、業種別に寄与度をみると、九州経済の基幹産業といえる輸送機械工業、化学工業、電子部品・デバイス工業が大きく、一般機械工業、鉄鋼業などはマイナスとなりました。



(出所)九州経済産業局

福岡県の最近の経済動向

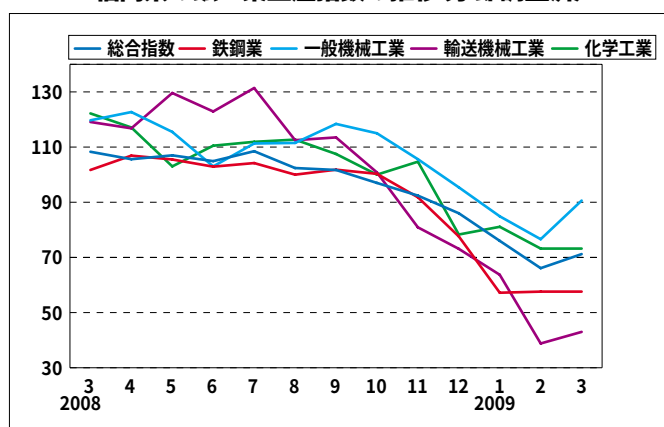
[福岡県の景気]……厳しい情勢ではあるが一部に持ち直しの動きあり

企業部門は生産活動に回復感が見られます。また、公共投資も前年実績を上回りました。さらに、企業倒産についても、緊急保証制度の効果もあり件数は前年を下回りました。しかし、家計部門は依然として生活防衛意識が強く、大型小売店販売額は前年を下回っています。新設住宅着工も、住宅市場の冷え込みの影響で分譲をはじめ持家、貸家ともに前年比減少しました。

福岡県の景気は、厳しい情勢ではありますが、一部に持ち直しの動きがあるといえます。

[生産活動]……………一般機械、輸送機械で前月比上昇

福岡県の鉱工業生産指数の推移(季節調整済)



(出所)福岡県

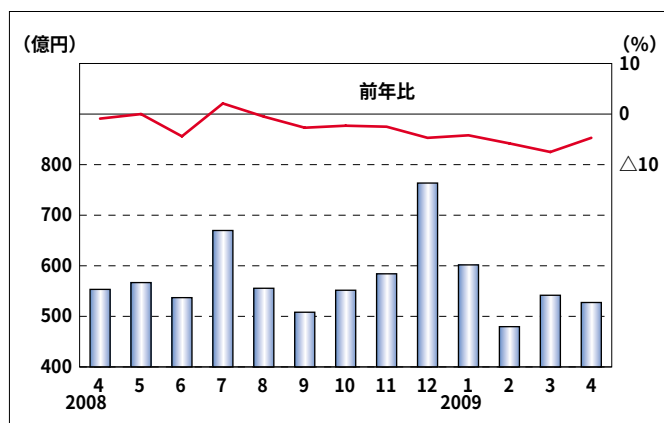
3月の鉱工業生産指数(季節調整値)の動きを見ると、基幹産業である自動車や半導体について、減産幅を緩和したことなどの影響で、総合指数は71.2と、前月比7.7%上昇しました。

主要業種では鉄鋼と化学は前月と同じ指数でしたが、一般機械で前月比18.3%、輸送機械で前月比10.8%上昇しました。

生産活動は、最悪期を脱しつつあるといえます。

[大型小売店]……………百貨店は減少、大型スーパーは増加

福岡県の大型小売店販売額



(出所)九州経済産業局

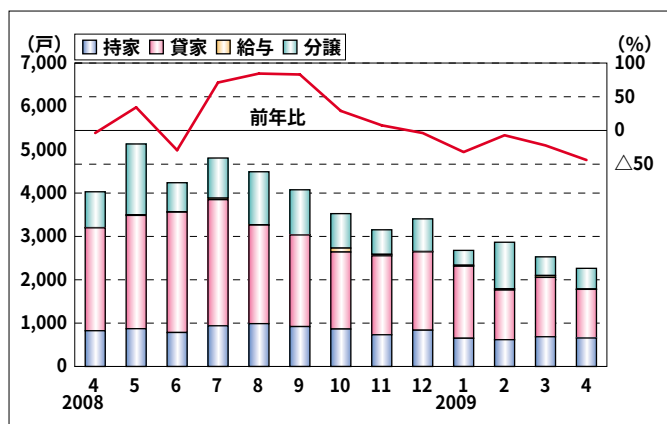
百貨店では高温多湿の影響で春物衣料品が伸び悩んだことや高額品を中心に売上不振が継続したことにより前年比14.4%減となりました。

一方、スーパーは消費者の節約志向で割安なプライベートブランド(PB)商品が堅調で前年比3.9%増加しました。

トータルでは前年比4.7%減の527億円となり、依然として消費者の生活防衛意識が強く働いているといえます。

[住宅建設]……貸家・分譲の減少が著しく5ヶ月連続の前年割れ

福岡県の新設住宅着工戸数



(出所)国土交通省

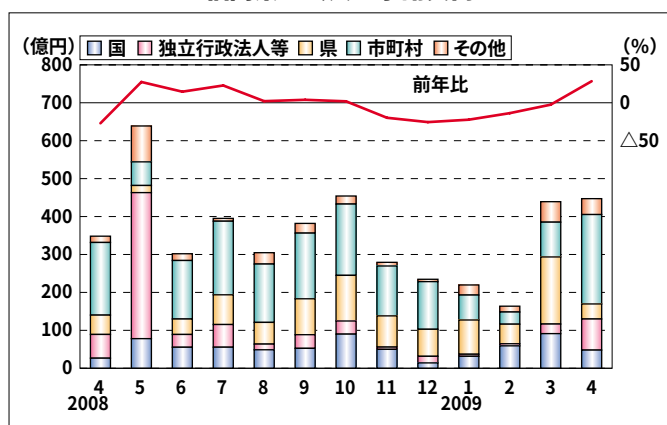
4月の新設住宅着工戸数は、持家で前年比20.4%減の657戸、貸家で同52.7%減の1,122戸、分譲で同41.8%減の481戸とすべての指標で減少し、全体では同43.8%減の2,264戸と、5ヵ月連続で前年を下回りました。

特に貸家・分譲住宅が著しく減少しています。これは雇用所得環境の厳しさに加え、住宅分野の市場が冷え込んでいて、在庫処分を優先させる業者の動向が着工を抑制していると考えられます。

持ち家の減少については6月から始まる長期優良住宅制度を活用するために着工を延ばしている消費者がいることが考えられます。

[公共工事]……請負金額、件数ともに前年を上回る

福岡県の公共工事請負高



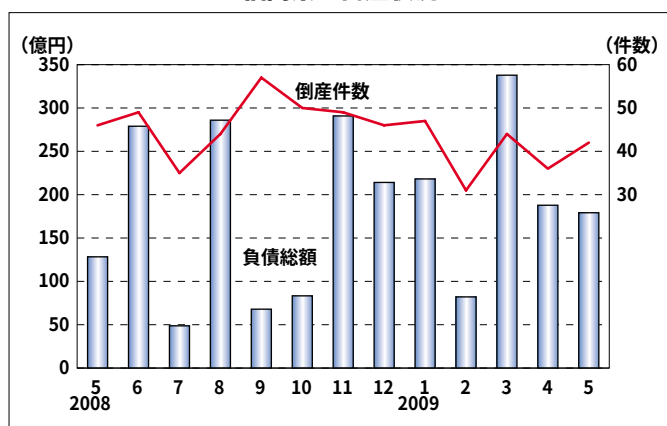
(出所)西日本建設業保証

4月の公共工事保証請負状況(保証ベース)は、件数が前年比34.0%増の619件、金額が同28.4%増の447億円と、緊急経済対策による前倒し発注の影響もあり共に前年を上回りました。

発注者別では「国」が新若戸道路工事などにより同80.3%増、「その他」が福岡市土地開発公社による九州大学統合移転用地造成工事と同152.5%増加しています。

[企業倒産]……倒産件数は減少するも、負債総額は増加

福岡県の倒産状況



(出所)東京商工リサーチ

5月の福岡県の企業倒産(負債額1,000万円以上)は、中小企業の資金繰りを支援する緊急保証制度の利用拡大や公共工事の前倒し発注が歯止めをかけ、件数は前年比8.7%減の42件となりました。

ただし、大型倒産が建設業で1件(負債総額約67億円)発生したため、負債総額としては同39.6%増加となる179億1,400万円となりました。

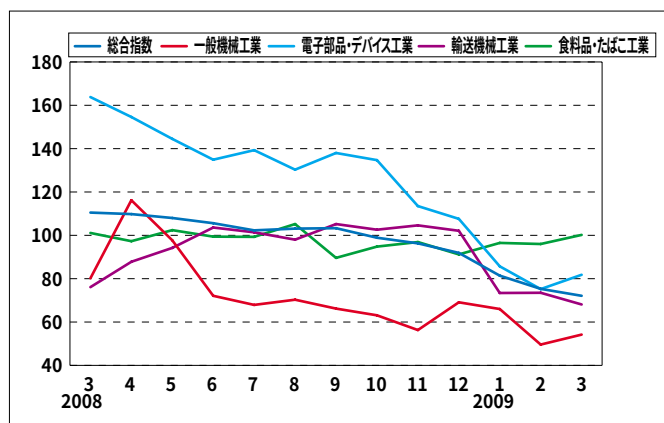
熊本県の最近の経済動向

[熊本県の景気]……………悪化状況のなか回復の動きも見られる

生産面では、電子部品・デバイスや一般機械がプラスに転じ、全体の減少幅は縮小しています。また、個人消費は所得環境の悪化などにより厳しい状態が続いていますが、公共投資は前年を上回り、住宅投資では都心再開発などで分譲マンション着工が増加するなど、回復に繋がる動きも見られます。

[生産活動]……………総合指数の減少続くが、電子部品・デバイスや一般機械はプラスに転じる

熊本県の鉱工業生産指数の推移(季節調整済)



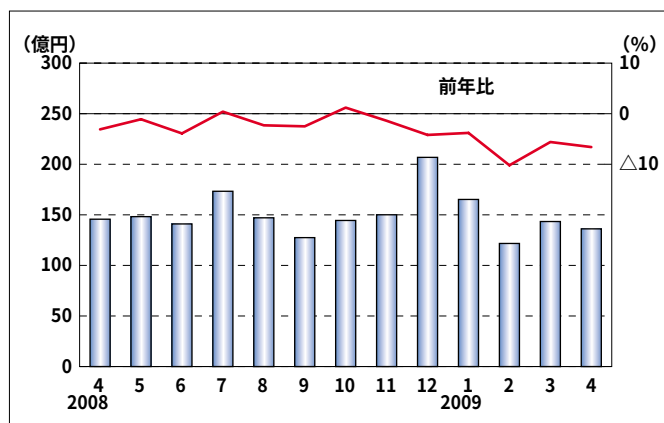
(出所)熊本県

3月の鉱工業生産指数(季節調整値)の動きを見ると、総合指数は前月比4.2%減少し72.1となりました。

輸送機械は主体となる二輪車生産の減産状況が続いており、前月比マイナスでした。一方、比較的堅調な動きを示した食料品・たばこに加え、一般機械は7カ月ぶり、電子部品・デバイスは5カ月ぶりに同プラスとなりました。

[大型小売店]……………生活防衛意識が強く前年比6.6%減

熊本県の大型小売店販売額

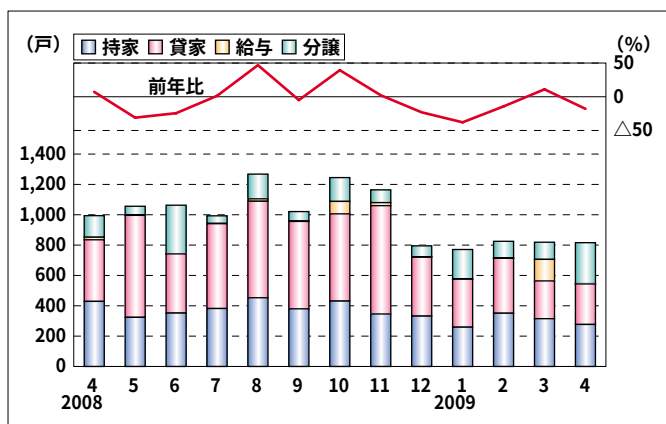


(出所)九州経済産業局

4月の県内大型小売店販売高は、消費者の生活防衛意識が強く働いており、前年比6.6%減の136億円と前年実績を下回りました。衣料品や身の回り品の落ち込みが続く中、PB商品など比較的堅調な食料品も前年比マイナスとなりました。

[住宅建設]……………駅前再開発で分譲マンションは前年比90.1%増

熊本県の新設住宅着工戸数

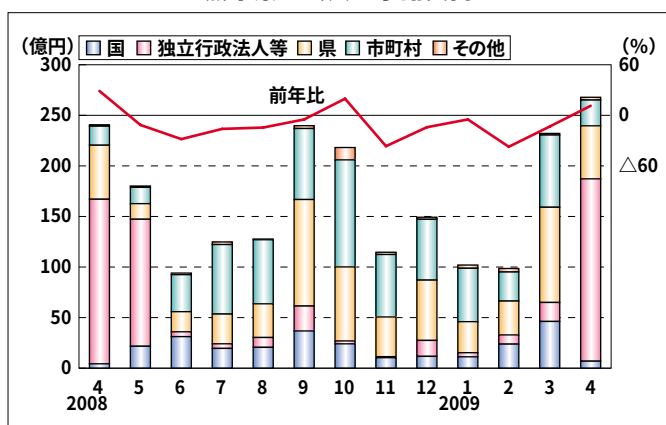


(出所)国土交通省

4月の新設住宅着工戸数は、持家で前年比35.4%減の277戸、分譲は熊本駅再開発に伴うマンション着工により同90.1%増の270戸となりました。給与住宅は88.2%減の2戸、貸家で同34.2%減の267戸と分譲のみの増加となり、全体では同17.9%減の816戸と、前年を下回りました。

[公共工事]……………新幹線関連工事で請負金額は前年比11.3%増加

熊本県の公共工事請負高



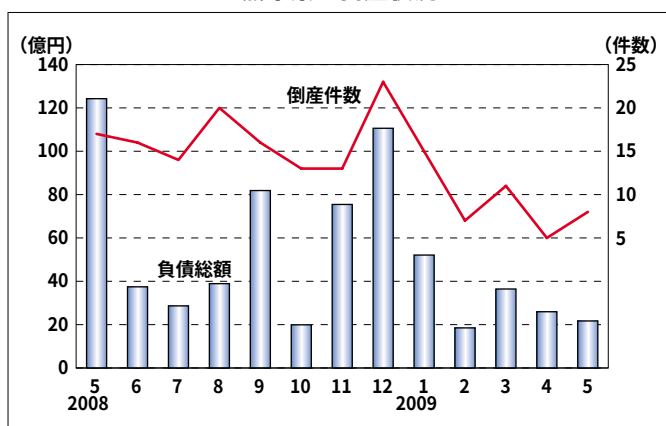
(出所)西日本建設業保証

4月の公共工事保証請負状況(保証ベース)は、件数が前年比36.6%増の306件、金額が同11.3%増の268億円と、件数、請負金額ともに前年を上回りました。

発注者別の請負金額をみると、「国」で同58.9%増、「独立行政法人等」による九州新幹線関連工事で同10.8%増加したほか、「県」は同1.8%減、「市町村」で同35.3%増加し、「その他」で同101.0%増と、全発注者合計では6カ月ぶりに前年を上回りました。

[企業倒産]……………件数、負債総額ともに大幅減

熊本県の倒産状況



(出所)東京商工リサーチ

5月の熊本県の企業倒産(負債額1,000万円以上)は、件数が前年比52.9%減の8件、負債総額が同82.5%減の21億6,900万円となりました。緊急保証制度や公共工事の前倒し発注効果などで、件数、負債総額ともに、前年比大幅に減少しています。

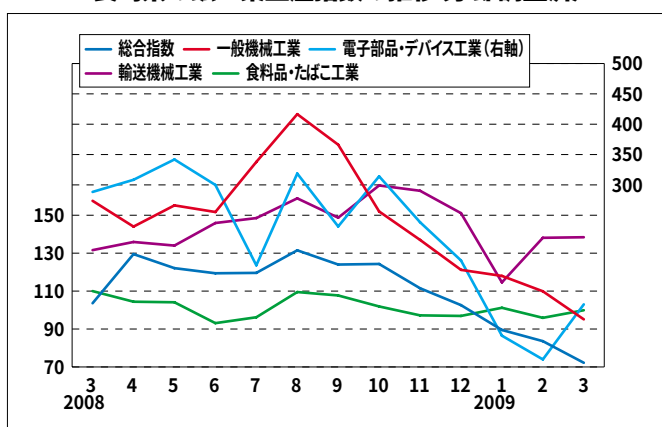
長崎県の最近の経済動向

[長崎県の景気]……………厳しい状況が続くが一部に回復の指標も見られる

生産面では、急速に低下していた電子部品・デバイスがプラスに転じましたが、生産全体はまだ減少が続いています。また、公共工事は県や市町からの発注で大幅増となりましたが、大型小売店販売額や住宅投資では前年割れが続くほか、個人消費も依然として低迷しており、長崎県の景気は、厳しさが続いています。

[生産活動]……………総合指数の減少続くが、電子部品・デバイスはプラスに転じる

長崎県の鉱工業生産指数の推移(季節調整済)



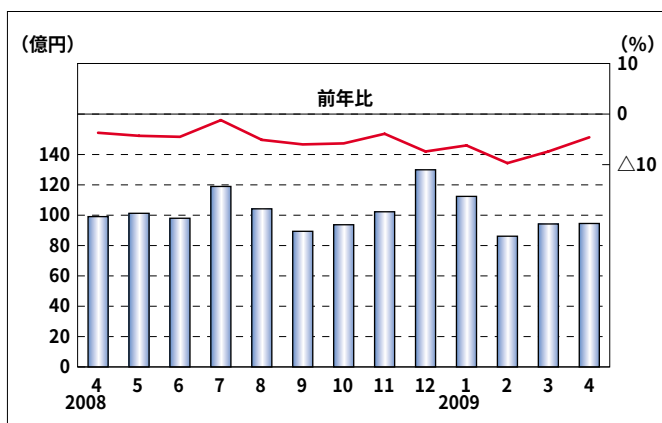
(出所)長崎県

3月の鉱工業生産指数(季節調整値)の動きを見ると、総合指数は72.2と前月比13.6%低下しました。しかし、電子部品・デバイスは半導体集積回路、水晶振動子の生産増により前月比大きく増加したほか、食料品・たばこも増加しました。

一方、一般機械は発電プラント関連の減産で減少し、輸送機械もほぼ横ばいに留まったため、総合指数を押し上げるには至りませんでした。

[大型小売店]……………生活防衛意識の高まりで前年比4.6%減

長崎県の大型小売店販売額



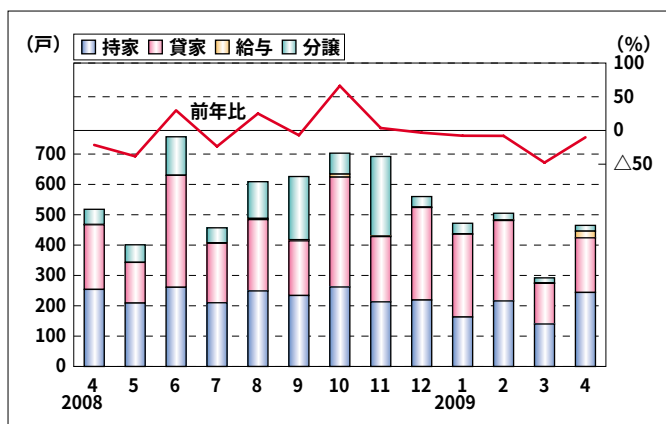
(出所)九州経済産業局

4月の県内大型小売店販売高は、消費者の生活防衛意識の高まりなどにより、前年比4.6%減の95億円となりました。

業態別にみると、百貨店での販売高は同5.2%減、大型スーパーの販売高は、同4.3%減少しています。

[住宅建設]……………持家、貸家、分譲が前年割れとなり前年比10.2%減

長崎県の新設住宅着工戸数

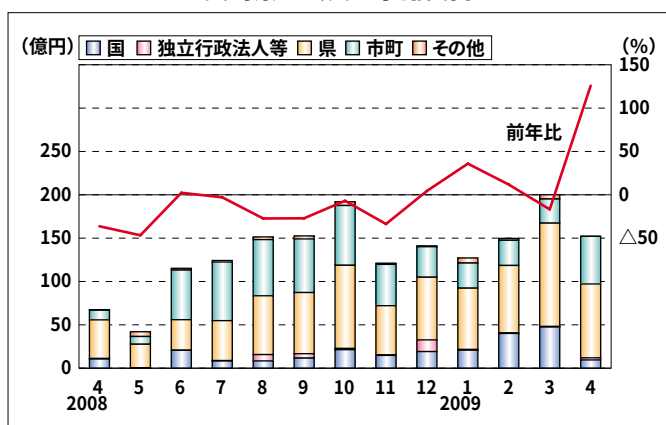


(出所)国土交通省

4月の新設住宅着工戸数は、持家で前年比3.9%減の244戸、貸家で同15.5%減の180戸、分譲で同62.0%減の19戸となりました。給与住宅で22件増加したものの、全体では同10.2%減の465戸と前年を下回りました。

[公共工事]……………「県」「市町」の発注増で、件数金額ともに大幅増加

長崎県の公共工事請負高



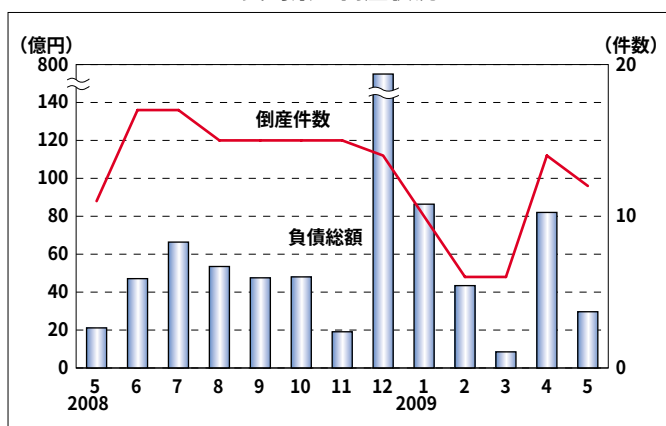
(出所)西日本建設業保証

4月の公共工事保証請負状況(保証ベース)は、件数が前年比160.0%増の234件、金額が同125.8%減の152億円と、件数、請負金額ともに前年比急増しました。

発注者別の請負金額をみると、「国」は同10.1%減となったものの、「県」では高架橋工事などの増加で同91.1%増、「市町」では諫早市庁舎建設着工で同約5倍と大きく増加しました。

[企業倒産]……………件数、負債総額ともに前年比増加

長崎県の倒産状況



(出所)東京商工リサーチ

5月の長崎県の企業倒産(負債額1,000万円以上)は、件数が前年比9.1%増の12件、負債総額が同40.3%増の29億6,500万円となりました。

経済指標 | 全国のデータ

項目 年月	鉱工業指数 (2005年=100)						機械受注金額 (船舶・電力を除く民需)	貿易		公共工事 保証請負金額		建築着工統計 工事費予定額 (非居住用)	
	生産指数		出荷指数		在庫指数			輸出金額 前年比(%)	輸入金額 前年比(%)	億円 前年比(%)	前年比(%)	億円 前年比(%)	前年比(%)
	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)							
2006年	104.5	1.3	104.6	4.6	102.1	2.1	4.0	14.6	18.3	120,859	▲9.2	99,994	2.7
2007年	107.4	2.8	107.8	3.1	103.9	1.7	▲4.0	11.5	8.6	119,268	▲1.3	89,722	▲10.3
2008年	103.8	▲3.3	104.3	▲3.2	106.7	2.7	▲6.0	▲3.5	8.0	115,901	▲2.8	99,741	11.2
2008. 3	108.7	▲0.7	109.4	0.2	105.2	1.9	▲11.7	2.2	11.4	13,845	▲12.6	8,443	34.9
4	108.0	1.8	108.6	2.6	104.7	1.0	9.8	3.9	12.2	11,025	▲4.7	8,119	▲8.3
5	109.3	0.9	109.7	1.5	105.3	1.5	6.1	3.6	4.8	7,675	▲9.6	9,153	▲3.3
6	107.1	▲0.2	106.9	▲0.8	106.2	2.6	▲3.9	▲1.8	16.7	9,743	▲11.3	8,430	▲36.5
7	106.8	2.3	107.4	3.0	106.3	2.1	▲2.2	7.9	18.2	12,202	13.8	11,858	67.6
8	103.5	▲7.2	103.9	▲7.1	106.1	1.7	▲11.1	0.2	17.1	9,253	▲6.0	9,133	67.5
9	103.6	0.4	104.0	▲0.5	107.7	3.1	3.8	1.5	28.8	11,724	5.5	7,521	66.4
10	100.1	▲6.6	100.9	▲7.1	108.9	4.4	▲5.3	▲7.9	7.4	11,697	▲0.4	8,466	38.3
11	93.1	▲16.5	93.6	▲17.0	109.5	4.3	▲12.2	▲26.8	▲14.4	8,443	▲2.8	7,303	2.6
12	85.3	▲20.7	86.0	▲20.7	109.7	4.8	▲2.7	▲35.0	▲21.5	7,850	▲6.4	8,815	14.0
2009. 1	76.7	▲30.9	76.7	▲31.6	108.0	2.8	▲3.8	▲45.7	▲31.9	6,019	1.9	7,649	19.9
2	69.5	▲38.4	72.0	▲36.7	103.5	▲1.7	0.6	▲49.4	▲43.0	6,349	▲2.8	7,908	29.2
3	70.6	▲34.2	73.1	▲32.4	99.8	▲5.2	▲1.3	▲45.5	▲36.6	15,969	15.3	6,571	▲22.2
4	74.8	▲30.7	75.3	▲30.7	97.1	▲7.2	▲5.4	▲39.1	▲35.8	13,288	20.5	6,107	▲24.8
出所	経済産業省						内閣府	財務省		西日本建設業保証		国土交通省	

項目 年月	新設住宅着工戸数					企業物価指数 (2005年=100)		消費者物価指数 (2005年=100)		大型小売店 販売額		乗用車	
	合計		持家	貸家	分譲	指数	前年比(%)	指数	前年比(%)	億円	前年比(%)	乗用車新規登録台数	
	戸	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)							台	前年比(%)
2006年	1,290,391	4.4	1.5	7.8	2.7	102.2	2.2	100.3	0.3	211,450	▲0.9	3,126,249	▲6.8
2007年	1,060,741	▲17.8	▲12.2	▲18.7	▲22.3	104.0	1.8	100.3	0.0	211,988	0.3	2,945,668	▲5.8
2008年	1,093,485	3.1	1.2	5.2	1.8	108.8	4.6	101.7	▲0.3	209,511	▲1.2	2,793,626	▲5.2
2008. 3	83,991	▲15.6	▲6.1	▲22.0	▲18.0	106.7	3.9	101.0	1.2	17,696	1.7	413,999	▲1.4
4	97,930	▲8.7	▲7.8	▲5.3	▲10.4	107.7	4.1	100.9	0.8	16,801	▲0.7	200,833	9.4
5	90,804	▲6.5	▲5.7	▲8.6	▲3.1	108.9	4.9	101.7	1.3	16,944	▲0.6	190,337	▲4.4
6	100,929	▲16.7	▲6.6	▲15.1	▲27.2	109.9	5.8	102.2	2.0	16,904	▲2.7	242,323	▲1.8
7	97,212	19.0	23.1	22.7	12.7	112.4	7.5	102.4	2.3	18,659	0.2	267,263	9.4
8	96,905	53.6	35.6	59.6	73.7	112.5	7.6	102.7	2.1	16,527	▲1.0	165,653	▲12.9
9	97,184	54.2	19.9	66.9	82.8	111.8	7.0	102.7	2.1	15,589	▲2.1	269,056	▲5.6
10	92,123	19.8	▲4.3	35.4	28.9	109.5	4.5	102.6	1.7	16,668	▲2.9	202,119	▲13.4
11	84,277	0.0	▲11.7	1.7	11.0	107.5	2.4	101.7	1.0	17,820	▲1.7	185,941	▲27.9
12	82,197	▲5.8	▲7.3	▲4.1	▲7.5	106.3	0.9	101.3	0.4	21,590	▲4.8	157,939	▲22.9
2009. 1	70,688	▲18.7	▲10.8	▲18.4	▲26.4	104.7	▲0.9	100.7	0.0	18,069	▲3.8	153,273	▲28.0
2	62,303	▲24.9	▲9.9	▲28.5	▲34.4	104.3	▲1.8	100.4	▲0.1	14,497	▲6.7	193,398	▲32.2
3	66,628	▲20.7	▲13.1	▲11.2	▲42.1	104.0	▲2.5	100.7	▲0.3	16,514	▲6.7	285,640	▲31.0
4	66,198	▲32.4	▲15.8	▲33.0	▲54.3	103.4	▲4.0	100.8	▲0.1	15,960	▲5.0	146,229	▲27.2
出所	国土交通省					日本銀行		総務省		経済産業省		日本自動車販売協会連合会	

項目 年月	乗用車		家計消費支出(勤労者世帯)				有効求人 倍率	完全 失業率	倒産件数		預金残高		貸金残高	
			可処分所得		消費支出									
	軽乗用車販売台数													
	台	前年比(%)	円	前年比(%)	円	前年比(%)	倍	%	件	前年比(%)	百億円	前年比(%)	百億円	前年比(%)
2006年	1,507,598	8.7	441,448	0.1	320,231	▲2.8	1.06	4.1	13,245	1.9	52,659	0.4	40,035	1.8
2007年	1,447,106	▲4.0	442,505	0.2	323,459	1.0	1.04	3.9	14,091	6.4	54,251	3.0	40,440	1.0
2008年	1,426,979	▲1.4	442,749	0.1	324,929	0.5	0.88	4.0	15,646	11.0	55,369	2.1	42,147	4.2
2008. 3	199,031	▲9.1	379,393	0.3	342,868	1.1	0.95	3.8	1,347	8.0	55,021	2.7	40,489	1.4
4	104,692	▲1.4	381,365	▲4.5	343,586	0.4	0.93	4.0	1,215	8.4	55,097	2.2	40,146	1.3
5	105,387	▲2.1	338,573	1.7	315,152	0.6	0.93	4.0	1,290	▲1.5	54,992	1.6	40,253	2.1
6	121,176	▲3.8	594,393	▲2.1	307,975	2.6	0.90	4.1	1,324	11.7	55,428	2.9	40,436	2.1
7	115,534	2.1	483,915	▲1.2	330,483	2.7	0.88	4.0	1,372	12.9	54,877	2.0	40,387	2.2
8	89,142	2.4	412,235	4.8	322,501	▲0.7	0.85	4.1	1,254	4.2	54,705	2.2	40,418	2.0
9	127,838	▲1.9	359,201	▲1.0	307,778	▲1.1	0.83	4.0	1,408	34.5	54,940	2.3	40,619	1.8
10	112,288	10.2	405,982	2.4	313,544	▲4.0	0.80	3.8	1,429	13.4	54,499	1.8	40,931	3.5
11	109,197	3.3	366,664	0.3	310,146	2.4	0.76	4.0	1,277	5.3	55,163	1.6	41,364	4.2
12	93,759	▲6.0	821,280	1.7	365,435	▲3.7	0.73	4.3	1,362	24.2	55,369	2.1	42,147	4.2
2009. 1	102,104	▲3.9	369,201	0.6	321,732	▲5.7	0.67	4.1	1,360	15.8	55,118	1.7	41,872	4.5
2	130,279	▲8.7	390,292	▲3.1	295,494	▲1.0	0.59	4.4	1,318	10.4	55,570	2.2	41,948	4.5
3	177,091	▲11.0	366,163	▲3.5	344,643	0.5	0.52	4.8	1,537	14.1	56,470	2.6	42,226	4.3
4	89,585	▲14.4	386,444	1.3	344,514	0.3	0.46	5.0	1,329	9.4	56,407	2.4	41,797	4.1
出所	全国軽自動車協会連合会				総務省			厚生労働省	総務省	東京商工リサーチ		日本銀行		

(注) pは速報値、rは修正値。鉱工業指数は、前年同期比の値と年間の指数は原数値、月間の指数は季節調整値。機械受注金額は、年間は前年比、月間は前月比。着工建築物工事費予定額(民間発注分)は、会社、会社でない団体、個人が建築主となっている工事の合計。大型小売店販売額は、店舗調整前の値。家計消費支出の前年比は、名目値の前年比。有効求人倍率は、年間実数値、月間は季節調整値。新規学卒を除きパートタイムを含む。完全失業率は季節調整値。預金残高は年末、月末残高。都市銀行、地方銀行、第二地方銀行、信託銀行、長期信用銀行の合計、ただし、特別国際金融取引勘定を含まない。

(注1) 可処分所得・消費支出は、勤労者世帯(農林漁家世帯を除く)の廃止に伴い、2人以上の世帯のうち勤労者世帯(農林漁家世帯を含む)へ変更。

経済指標 | 福岡県のデータ

項目 年月	鉱工業生産指数 (2005年=100)										鉱工業出荷指数 (2005年=100)		鉱工業在庫指数 (2005年=100)	
	総合		鉄鋼		電気機械		一般機械		輸送機械		季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)
	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)				
2006年	102.6	2.6	102.6	2.6	109.3	9.3	98.3	▲1.7	107.4	7.4	103.0	3.0	113.8	13.8
2007年	102.4	▲0.2	105.9	3.3	113.6	3.9	101.2	2.9	112.3	4.6	102.7	▲0.3	122.3	7.4
2008年	102.6	0.1	100.6	▲5.1	116.3	2.4	110.6	9.3	113.4	1.0	102.8	0.1	122.8	0.4
2008.3	108.3	6.7	101.7	▲2.8	111.2	11.1	119.7	21.9	119.1	14.5	107.0	5.4	126.5	4.2
4	105.6	8.5	106.9	2.4	125.2	7.0	122.7	21.1	116.8	26.3	105.5	8.9	129.3	10.1
5	107.0	10.7	105.5	2.2	106.7	▲2.3	115.5	23.3	129.6	46.5	107.7	13.1	116.2	▲9.3
6	104.9	6.6	102.9	1.1	124.8	▲0.1	103.0	4.8	122.9	21.7	103.9	5.8	128.3	1.5
7	108.5	10.4	104.2	▲5.8	117.0	0.6	111.3	12.8	131.4	37.3	111.6	13.7	116.7	1.4
8	102.4	▲4.7	100.0	▲8.4	110.5	▲0.7	111.5	6.5	112.5	▲13.2	101.4	▲7.6	129.3	3.2
9	101.7	▲0.1	101.8	▲6.1	118.4	6.0	118.4	7.8	113.5	▲2.2	101.0	▲1.3	115.3	▲8.5
10	97.0	▲9.6	100.3	▲2.1	111.4	▲7.4	115.0	8.2	100.8	▲24.2	95.5	▲11.5	116.3	6.2
11	92.4	▲16.9	91.8	▲14.3	112.7	▲6.2	105.6	0.5	80.9	▲42.6	86.9	▲22.9	126.0	4.2
12	86.0	▲18.7	77.6	▲27.5	109.1	▲7.8	95.4	▲7.5	73.1	▲46.8	93.8	▲11.1	130.9	2.9
2009.1	76.0	▲29.0	57.2	▲45.8	90.7	▲29.4	84.9	▲13.6	63.7	▲49.7	72.5	▲33.1	125.6	▲1.0
2	66.1	▲40.9	57.6	▲47.3	73.3	▲41.7	76.6	▲29.5	38.8	▲71.4	61.4	▲46.0	119.9	5.1
3	71.2	▲33.5	57.6	▲43.0	66.8	▲40.2	90.6	▲24.1	43.0	▲63.4	65.7	▲37.7	120.8	▲4.1
4														
出所	福岡県調査統計課													

項目 年月	貿易		公共工事 保証請負金額		建築着工統計 工事費予定額 (非居住用)		新設住宅着工戸数					消費者物価指数 (2005年=100)		大型小売店 販売額	
	輸出金額	輸入金額	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)	合計		持家	貸家	分離	福岡市		百万円	前年比(%)
	前年比(%)	前年比(%)					戸	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	指数	前年比(%)		
2006年	9.2	23.6	4,252	▲11.7	3,586	21.8	58,952	8.4	▲1.5	9.8	15.2	100.1	0.1	709,923	▲1.8
2007年	17.0	11.6	4,673	9.9	3,661	2.1	45,066	▲23.6	▲9.8	▲21.1	▲40.2	100.0	▲0.1	716,699	1.0
2008年	8.4	2.2	4,262	▲8.8	3,680	0.5	47,139	4.6	0.3	▲3.0	30.3	101.0	1.0	700,451	▲2.3
2008. 3	2.5	0.9	451	▲47.0	192	▲50.0	3,250	▲42.0	▲0.5	▲51.2	▲56.7	100.2	0.8	58,527	▲4.8
4	18.0	4.9	348	▲27.0	214	▲32.0	4,080	▲3.7	▲6.5	▲3.5	▲1.7	100.0	0.4	55,279	▲1.0
5	23.9	0.9	639	27.4	254	▲31.4	5,133	34.3	2.6	9.8	190.2	101.0	1.1	56,625	▲0.1
6	12.6	11.0	302	14.6	449	▲36.6	4,239	▲29.2	▲7.7	▲28.7	▲46.0	101.5	1.5	53,661	▲4.5
7	30.7	6.7	395	22.8	404	96.6	4,809	71.1	33.6	78.0	96.2	101.8	2.0	66,792	1.8
8	28.8	8.8	305	2.1	439	268.1	4,492	84.4	18.8	114.9	124.7	102.0	1.6	55,357	▲0.9
9	20.4	23.4	382	3.9	305	▲3.2	4,076	83.0	7.2	109.0	192.1	101.8	1.5	50,624	▲3.0
10	6.7	0.3	454	1.9	389	165.7	3,526	29.0	▲11.9	18.5	215.5	101.7	1.1	55,165	▲2.3
11	▲19.0	▲19.1	279	▲19.8	192	14.7	3,153	7.6	▲18.8	9.7	57.7	101.0	0.6	58,411	▲2.5
12	▲38.4	▲18.4	235	▲25.5	260	▲14.9	3,405	▲3.8	4.4	▲9.7	3.0	100.6	0.2	76,361	▲4.6
2009. 1	▲48.5	▲37.6	220	▲22.3	166	▲47.0	2,678	▲32.0	▲15.8	▲7.0	▲75.1	100.1	▲0.1	60,176	▲4.1
2	▲51.1	▲43.7	164	▲13.7	140	▲48.4	2,866	▲7.1	▲14.2	▲35.8	88.2	99.6	▲0.1	48,000	▲5.7
3	▲43.6	▲36.0	439	▲2.5	212	10.7	2,529	▲22.2	▲13.5	▲21.7	▲18.3	99.8	▲0.4	54,171	▲7.4
4	▲29.1	▲36.1	447	28.4	144	▲32.8	2,264	▲43.8	▲20.4	▲52.7	▲41.8	100.2	0.2	52,740	▲4.6
出所	門司税関		西日本建設業保証				国土交通省					総務省		九州経済産業局	

項目 年月	乗用車				家計消費支出(勤労者世帯)				有効求人 倍率	倒産件数		預金残高		貸金残高	
					可処分所得		消費支出								
	乗用車新規登録台数		軽乗用車販売台数		北九州・福岡大都市圏		北九州・福岡大都市圏								
	台	前年比(%)	台	前年比(%)	円	前年比(%)	円	前年比(%)	倍	件	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)
2006年	116,406	▲7.4	60,043	9.4	407,739	0.5	318,997	▲2.4	0.85	502	4.6	167,812	1.0	131,749	▲0.5
2007年	110,632	▲5.0	57,556	▲4.1	389,439	▲4.5	307,328	▲3.7	0.85	504	0.4	170,787	1.8	134,357	2.0
2008年	105,889	▲4.3	56,454	▲1.9	396,303	1.8	312,775	1.8	0.63	545	8.1	174,098	1.9	137,598	2.4
2008. 3	15,042	0.4	7,792	▲4.3	346,475	14.3	346,463	17.2	0.69	60	66.7	169,727	0.3	135,066	1.9
4	7,684	9.9	4,027	▲4.3	340,119	▲0.6	343,893	15.2	0.68	40	11.1	173,338	1.3	134,001	2.1
5	7,072	▲5.6	4,221	▲0.2	294,944	0.4	300,615	5.3	0.66	46	▲14.8	172,630	1.9	134,779	3.2
6	9,219	1.4	4,837	0.3	503,503	6.2	269,269	3.8	0.64	49	14.0	173,715	1.8	134,503	2.7
7	10,165	10.2	4,917	2.6	420,958	▲1.8	302,615	▲4.1	0.63	35	▲27.1	171,812	2.4	134,699	2.4
8	6,717	▲11.4	3,643	6.7	390,492	18.3	332,145	▲1.8	0.61	44	18.9	172,509	2.8	134,982	2.8
9	10,149	▲2.0	5,007	▲4.2	325,291	0.2	284,109	▲7.5	0.60	57	23.9	170,756	1.0	133,772	0.9
10	7,731	▲11.1	4,067	2.5	359,273	▲7.3	291,289	▲17.1	0.58	50	13.6	171,011	2.1	133,939	2.1
11	7,306	▲24.2	4,392	▲3.1	328,971	▲3.4	269,173	▲7.1	0.57	49	4.3	172,075	2.1	135,213	2.0
12	5,790	▲26.8	3,476	▲8.9	719,021	▲0.2	321,059	▲15.1	0.54	46	17.9	174,098	1.9	137,598	2.4
2009. 1	5,669	▲28.8	4,317	▲0.6	331,081	▲3.5	280,795	▲15.9	0.53	47	27.0	174,047	2.6	137,893	3.5
2	7,411	▲32.9	5,451	▲4.9	340,334	▲11.3	320,857	▲10.6	0.49	31	▲3.1	174,802	3.0	139,537	3.8
3	10,067	▲33.1	7,210	▲7.5	363,562	4.9	302,707	▲12.6	0.47	44	▲26.7	173,123	2.0	138,830	2.8
4	5,626	▲26.8	3,443	▲14.5	363,157	6.8	345,229	0.4	0.44	36	▲10.0	176,984	2.1	139,053	3.8
出所	日本自動車販売協会連合会		全国軽自動車協会連合会		総務省				厚生労働省	東京商工リサーチ		日本銀行			

(注) 掲載指標についての説明は全国の注釈参照。

経済指標 | 熊本県のデータ

項目 年月	鉱工業生産指数 (2000年=100)										鉱工業出荷指数 (2000年=100)		鉱工業在庫指数 (2000年=100)	
	総合		食料品		電子部品		一般機械		輸送機械		季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)
	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)				
2006年	109.6	9.6	100.5	0.5	122.5	22.5	111.0	11.0	99.2	▲0.8	108.6	8.6	112.0	12.0
2007年	109.3	▲0.3	99.3	▲1.2	137.8	12.5	118.0	6.3	91.9	▲7.4	108.3	▲0.3	113.2	1.1
2008年	103.5	▲5.3	98.1	▲1.2	138.6	0.6	78.1	▲33.8	94.4	2.7	100.9	▲6.8	124.4	9.9
2008. 3	110.5	2.8	101.1	▲20.5	163.8	138.6	80.2	2.9	76.1	▲49.2	107.9	1.3	118.1	34.4
4	109.8	2.5	97.3	▲10.9	154.6	110.4	116.2	16.1	87.8	▲41.1	107.1	4.1	113.5	36.4
5	108.0	▲0.3	102.4	▲11.3	144.5	88.0	97.7	▲20.9	94.2	▲34.0	105.9	▲1.8	117.0	40.5
6	105.6	▲0.1	99.4	▲13.4	134.9	78.5	72.1	▲38.1	103.6	▲22.5	101.3	▲0.3	120.3	45.2
7	102.3	▲2.5	99.3	▲5.7	139.3	84.4	67.9	▲49.6	101.4	▲26.7	102.3	▲1.8	124.8	46.2
8	103.1	▲2.7	105.2	▲7.7	130.3	71.3	70.3	▲42.6	98.0	▲27.9	100.3	▲6.4	122.3	43.9
9	103.3	▲1.3	89.6	▲4.3	138.0	0.5	66.2	▲30.0	105.2	20.7	103.3	0.9	119.2	4.7
10	98.9	▲8.2	94.8	1.4	134.7	▲9.2	63.1	▲42.1	102.6	8.1	97.0	▲11.1	126.9	14.2
11	96.3	▲12.6	96.9	▲2.5	113.5	▲22.9	56.3	▲43.2	104.6	11.2	95.1	▲14.2	134.7	18.8
12	91.9	▲11.0	91.2	▲1.1	107.6	▲22.2	69.1	▲40.1	102.1	27.8	88.9	▲11.3	143.5	26.3
2009. 1	81.4	▲23.2	96.5	▲2.7	85.7	▲43.2	66.0	▲27.7	73.4	▲7.1	80.5	▲19.8	144.9	16.6
2	75.3	▲31.9	96.0	▲7.9	75.2	▲53.6	49.6	▲45.2	73.5	▲10.4	75.6	▲28.5	145.8	13.4
3	72.1	▲34.0	100.2	1.1	81.8	▲50.2	54.2	▲32.2	68.1	▲8.7	74.4	▲30.2	121.2	2.6
4														
出所	熊本県統計課													

項目 年月	貿易		公共工事 保証請負金額		建築着工統計 工事費予定額 (非居住用)		新設住宅着工戸数					消費者物価指数 (2005年=100)		大型小売店 販売額	
	輸出金額	輸入金額	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)	合計		持家	貸家	分譲	熊本市	百万円	前年比(%)	
	前年比(%)	前年比(%)					戸	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)				
2006年	11.5	9.6	2,077	24.8	1,165	▲5.5	14,805	5.5	2.7	7.6	20.6	100.0	▲0.0	188,840	▲0.4
2007年	3.9	20.8	2,071	▲0.3	1,289	10.6	13,286	▲10.3	▲8.1	▲7.2	▲27.3	99.9	▲0.1	187,676	▲0.6
2008年	2.6	26.7	2,021	▲2.4	1,098	▲14.8	12,542	▲5.6	0.3	▲8.7	▲10.5	101.1	1.2	184,134	▲1.9
2008. 3	19.0	▲16.7	268	17.0	69	▲27.4	738	▲38.0	▲12.7	▲45.0	▲65.2	100.3	0.6	15,189	4.6
4	▲13.6	54.3	241	28.9	42	▲81.5	994	7.2	28.4	▲22.5	215.6	100.1	0.3	14,569	▲3.1
5	27.0	21.8	180	▲11.4	73	▲65.1	1,056	▲31.0	▲12.0	▲24.1	▲79.5	101.0	1.1	14,822	▲1.1
6	▲6.8	▲11.6	94	▲28.2	81	▲43.7	1,063	▲24.4	▲16.6	▲57.3	363.8	101.4	1.7	14,057	▲4.2
7	0.9	70.7	125	▲16.1	177	164.2	993	1.3	22.8	▲10.6	42.9	101.5	2.0	17,330	0.4
8	4.0	64.3	128	▲14.5	93	57.7	1,268	46.9	18.3	50.7	181.0	101.8	1.6	14,706	▲2.3
9	102.4	53.7	240	▲4.9	77	28.1	1,021	▲4.9	▲5.5	23.9	▲69.6	102.2	1.8	12,747	▲2.5
10	▲40.9	49.2	218	19.8	75	62.9	1,245	39.4	14.0	24.2	201.9	102.3	1.9	14,444	1.2
11	▲31.4	30.0	115	▲36.6	82	▲11.8	1,164	2.2	▲11.1	9.5	58.5	101.4	1.1	15,006	▲1.4
12	▲53.3	26.8	149	▲14.1	82	▲19.1	795	▲23.1	▲4.3	▲24.2	▲52.3	101.1	0.8	20,683	▲4.2
2009. 1	▲54.2	▲18.4	102	▲4.9	43	▲62.8	771	▲37.9	▲15.4	▲58.5	11.4	100.6	0.6	16,524	▲3.0
2	▲55.3	▲3.0	99	▲37.3	50	▲62.6	825	▲14.3	17.8	▲34.5	0.0	100.2	0.2	12,200	▲10.0
3	▲56.2	53.1	232	▲13.3	36	▲46.8	819	11.0	6.4	▲36.6	135.4	100.6	0.3	14,319	▲5.7
4	9.0	▲37.9	268	11.3	54	28.8	816	▲17.9	▲35.4	▲34.2	90.1	100.8	0.7	13,614	▲6.6
出所	門司税関	西日本建設業保証	国土交通省					総務省					九州経済産業局		

項目 年月	乗用車				家計消費支出(勤労者世帯)				有効求人 倍率	倒産件数		預金残高		貸金残高	
					可処分所得		消費支出								
	乗用車新規登録台数		軽乗用車販売台数		熊本市		熊本市			倍	件	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円
台	前年比(%)	台	前年比(%)	円	前年比(%)	円	前年比(%)								
2006年	34,157	▲6.7	28,124	4.5	390,341	▲12.3	284,617	▲13.7	0.81	127	▲2.3	47,162	▲0.2	27,575	0.7
2007年	32,225	▲5.7	27,998	▲0.4	431,614	10.6	297,580	4.6	0.82	139	9.4	47,976	1.7	28,666	4.0
2008年	31,184	▲3.2	28,287	1.0	394,696	▲8.6	308,050	3.5	0.63	179	28.8	48,615	1.3	29,535	3.0
2008. 3	4,724	1.3	3,822	▲2.5	352,216	▲7.1	323,030	6.7	0.72	15	25.0	47,122	0.2	28,893	3.8
4	2,176	9.2	1,993	▲1.6	333,659	▲12.0	342,959	12.4	0.71	7	▲12.5	47,731	0.3	28,232	4.8
5	2,131	▲0.6	2,173	▲0.8	316,219	▲6.6	314,551	▲1.1	0.68	17	30.8	48,428	2.7	28,706	5.5
6	2,494	▲2.8	2,417	▲0.3	562,528	▲10.1	280,763	6.1	0.65	16	45.5	49,211	1.5	28,621	4.4
7	3,136	17.7	2,324	4.8	410,361	▲14.6	334,114	4.9	0.63	14	75.0	48,508	2.3	28,735	4.8
8	1,781	▲14.0	1,943	▲3.2	347,826	▲1.9	287,104	5.6	0.61	20	53.8	48,670	2.8	28,843	5.1
9	3,069	▲2.7	2,362	2.9	339,971	5.7	288,940	10.7	0.59	16	45.5	48,168	0.4	28,914	4.4
10	2,180	▲11.4	2,061	9.9	382,914	7.4	297,947	4.1	0.56	13	30.0	47,998	1.8	28,769	2.7
11	2,200	▲26.4	2,181	7.9	335,743	▲5.8	294,863	1.1	0.52	13	▲7.1	48,254	2.6	29,074	3.0
12	1,585	▲22.5	1,930	▲3.5	673,220	▲20.6	340,159	▲2.6	0.49	23	109.1	48,615	1.3	29,535	3.0
2009. 1	1,981	▲19.4	2,227	1.3	326,437	▲5.2	342,506	9.5	0.44	15	50.0	48,231	2.2	29,400	4.0
2	2,334	▲28.2	2,762	▲4.2	331,849	▲1.7	245,763	▲12.0	0.41	7	▲53.3	48,420	2.6	29,336	4.0
3	3,509	▲25.7	3,327	▲13.0	326,688	▲7.2	383,122	18.6	0.40	11	▲26.7	47,989	1.8	29,490	2.1
4	1,746	▲19.8	1,778	▲10.8	333,201	▲0.1	324,857	▲5.3	0.36	5	▲28.6	49,228	3.1	29,147	3.2
出所	日本自動車販売協会連合会		全国軽自動車協会連合会		総務省				厚生労働省	東京商工リサーチ		日本銀行			

(注) 全国と共通の指標については全国の注釈参照。

経済指標 | 長崎県のデータ

項目 年月	鉱工業生産指数 (2000年=100)										造船		機械等		電子部品 生産高	
	総合		一般機械		食料品工業		電気機械		輸送機械		生産高					
	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)	前年比(%)	
2006年	104.0	8.3	120.8	18.6	102.6	0.0	49.3	7.8	123.8	▲7.6	1,875	8.3	2,774	▲5.8	7.0	
2007年	105.9	1.8	106.5	▲11.9	100.0	▲2.5	61.6	25.2	122.8	▲0.8	2,166	15.5	3,079	11.0	3.0	
2008年	119.1	12.5	155.2	45.8	103.1	3.1	46.0	▲25.4	145.8	18.7	1,916	▲11.5	2,562	▲16.8	0.7	
2008. 3	103.6	▲0.4	157.6	21.4	110.0	2.0	32.4	▲50.3	131.6	17.8	187	▲12.4	224	▲24.4	17.4	
4	129.5	29.6	144.0	32.7	104.4	▲1.4	48.8	▲33.3	135.9	24.0	202	12.1	239	2.6	29.3	
5	122.1	19.8	155.2	64.8	104.1	▲7.8	53.9	▲34.8	134.0	18.3	184	5.7	245	▲5.3	10.8	
6	119.4	16.9	151.7	57.6	93.1	▲13.7	60.2	▲15.2	145.9	23.5	202	5.5	294	25.2	21.2	
7	119.6	13.9	178.1	77.1	96.2	▲4.2	61.8	1.0	148.5	22.8	176	0.9	272	21.1	16.2	
8	131.5	17.7	203.3	103.3	109.5	▲7.4	36.1	▲41.5	158.9	22.8	178	▲5.8	250	0.2	▲6.6	
9	124.0	19.5	187.2	90.3	107.7	▲1.1	33.3	▲27.4	148.7	13.8	203	10.4	255	▲2.3	▲19.1	
10	124.3	20.2	152.0	76.2	101.9	▲8.8	39.6	▲22.8	165.7	15.8	218	17.8	277	5.1	▲4.3	
11	111.5	▲3.2	137.0	45.4	97.2	▲13.9	60.4	2.8	162.9	4.2	169	▲12.2	316	14.8	▲12.2	
12	102.6	▲5.8	121.2	22.4	96.9	400.0	49.3	▲6.7	151.1	11.4	178	▲2.0	303	22.3	▲38.7	
2009. 1	89.5	▲29.0	118.0	▲15.3	101.2	▲7.1	44.9	▲11.9	114.6	▲17.1	157	▲8.8	262	0.6	▲43.7	
2	83.6	▲36.6	109.9	▲31.6	95.9	▲16.8	46.5	▲3.6	138.1	▲1.0	163	▲15.7	215	▲12.8	▲38.2	
3	72.2	▲29.1	95.1	▲39.1	99.9	▲7.5	49.2	52.5	138.4	6.6	192	2.6	201	▲10.3	▲44.4	
4															▲48.8	
出所	長崎県統計課										三菱重工業長崎造船所、佐世保重工業					日本銀行長崎支店

項目 年月	貿易		漁業水揚げ金額		公共工事 保証請負金額		建築着工統計 工事費予定額 (非居住用)		新設住宅着工戸数					観光施設入場者数 (主要7施設合計)		消費者物価指数 (2005年=100)	
	輸出金額	輸入金額							合計		持家	貸家	分譲			長崎市	
	前年比(%)	前年比(%)	百万円	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)	戸	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	千人	前年比(%)	指数	前年比(%)
2006年	41.2	16.3	64,947	▲7.3	1,765	▲15.5	831	7.4	8,940	▲12.6	0.6	▲22.8	▲12.7	4,775	3.9	99.8	▲0.2
2007年	6.0	20.7	70,247	8.2	1,862	5.5	644	▲22.5	6,901	▲22.8	▲19.6	▲11.9	▲56.6	5,000	4.7	99.7	▲0.1
2008年	5.7	57.5	0	0.0	1,575	▲15.4	582	▲9.6	6,942	0.6	1.5	▲8.9	51.3	4,593	▲8.1	100.9	1.2
2008.3	157.0	▲9.2	6,612	▲3.3	240	19.9	28	▲13.8	558	13.0	4.0	22.3	6.3	491	▲9.8	100.0	0.6
4	37.7	39.7	7,615	13.0	67	▲36.3	63	158.4	518	▲21.5	10.4	▲32.2	▲53.7	400	▲9.9	100.2	0.6
5	4.7	52.6	6,740	17.8	42	▲46.7	35	▲28.3	401	▲38.3	▲10.3	▲62.7	0.0	529	▲0.4	100.9	1.2
6	▲38.9	20.7	5,686	11.2	115	2.3	47	▲20.3	757	29.8	29.2	28.1	647.1	276	▲1.3	101.1	1.7
7	▲12.0	65.9	5,799	18.3	124	▲2.9	99	6.6	457	▲23.7	1.4	▲15.5	▲69.0	332	▲0.4	101.5	2.2
8	67.3	71.5	4,758	4.5	151	▲27.3	69	▲35.2	609	25.1	16.4	11.4	98.4	543	▲8.1	101.8	2.0
9	▲49.0	19.6	5,693	16.7	153	▲27.1	41	▲39.9	626	▲7.1	▲21.7	▲32.8	156.8	327	▲17.1	101.9	2.0
10	▲9.8	24.0	5,850	▲3.0	192	▲6.9	50	1.6	703	66.2	13.9	105.7	305.9	412	▲2.9	101.9	1.6
11	▲10.8	6.6	6,048	▲6.8	121	▲33.7	25	▲27.1	692	3.6	▲17.1	▲42.2	648.6	389	▲15.8	101.0	1.0
12	28.1	15.6	7,511	0.7	141	4.5	47	70.0	560	▲3.3	7.4	▲10.8	9.4	314	▲20.8	100.9	0.8
2009.1	58.3	▲79.6	5,431	▲2.1	127	35.9	167	290.9	472	▲7.8	▲22.7	3.8	▲7.9	183	▲29.8	100.5	0.7
2	9.4	▲31.5	5,104	▲9.5	150	11.8	34	▲3.7	505	▲8.0	▲14.6	5.6	10.0	209	▲34.4	100.1	0.5
3	26.2	▲30.7	5,520	▲16.5	200	▲16.8	27	▲2.9	292	▲47.7	▲39.7	▲54.0	▲50.0	407	▲17.0	100.5	0.5
4	▲53.5	▲37.0	5,739	▲24.6	152	125.8	41	▲35.3	465	▲10.2	▲3.9	▲15.5	▲62.0	287	▲28.2	100.6	0.4
出所	門司税関		県内主要4魚市場		西日本建設業保証		国土交通省				長崎県観光振興推進本部				総務省		

項目 年月	大型小売店 販売額		乗用車				家計消費支出(勤労者世帯)				有効求人 倍率	倒産件数		預金残高		貸金残高	
							可処分所得		消費支出								
			乗用車新規登録台数		軽乗用車販売台数		長崎市		長崎市								
	百万円	前年比(%)	台	前年比(%)	台	前年比(%)	円	前年比(%)	円	前年比(%)	倍	件	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)
2006年	133,933	▲4.2	22,652	▲10.3	24,851	7.7	348,711	12.3	278,566	3.6	0.60	125	7.8	40,336	▲1.2	24,989	▲4.9
2007年	130,307	▲2.7	20,714	▲8.6	23,506	▲5.4	364,655	4.6	315,656	13.3	0.62	148	18.4	40,923	1.5	24,456	▲2.1
2008年	124,827	▲4.2	20,245	▲2.3	23,250	▲1.1	364,276	▲0.1	296,622	▲6.0	0.57	178	20.3	40,931	0.0	23,693	▲3.1
3	10,176	▲2.2	2,978	3.4	3,098	▲8.8	270,163	▲22.8	322,817	▲16.5	0.59	18	63.6	40,318	0.3	24,874	▲1.7
4	9,909	▲3.7	1,373	11.9	1,672	▲10.8	321,531	▲9.8	280,331	▲8.1	0.59	15	150.0	40,928	0.1	24,193	▲1.6
5	10,126	▲4.3	1,357	▲0.6	1,793	▲2.8	274,399	▲6.8	260,285	▲21.8	0.58	11	▲42.1	41,412	1.0	24,148	▲1.6
6	9,729	▲5.2	1,548	▲5.1	1,951	▲2.6	527,777	8.3	258,956	▲9.5	0.57	17	88.9	41,378	▲1.6	23,795	▲3.4
7	11,882	▲1.3	1,930	16.9	1,907	8.7	370,223	▲9.9	285,917	▲17.3	0.56	17	13.3	41,079	▲0.5	23,905	▲2.8
8	10,408	▲5.2	1,348	▲3.1	1,471	▲0.9	341,872	2.4	300,624	▲6.9	0.57	15	▲21.1	41,278	0.6	23,973	▲2.3
9	8,931	▲6.1	2,076	▲0.6	2,054	2.7	330,857	17.3	278,198	▲0.4	0.56	15	15.4	40,619	▲0.7	23,686	▲2.9
10	9,371	▲5.9	1,393	▲17.7	1,762	14.0	332,687	10.7	267,449	▲12.5	0.55	15	▲21.1	40,441	▲0.2	23,514	▲3.0
11	10,226	▲3.9	1,387	▲21.7	1,854	13.0	299,186	5.8	357,192	34.2	0.53	15	36.4	40,770	▲0.7	23,565	▲2.6
12	12,995	▲7.4	1,215	▲22.0	1,657	3.4	730,701	19.2	402,686	14.7	0.52	14	27.3	40,931	0.0	23,693	▲3.1
2009.1	11,241	▲4.3	1,236	▲25.9	1,854	0.4	296,659	10.7	309,773	5.5	0.48	10	▲16.7	40,635	0.4	23,985	▲0.7
2	8,600	▲7.8	1,414	▲28.3	1,994	▲8.7	352,389	15.9	270,656	7.7	0.44	6	▲57.1	41,074	1.3	24,109	▲0.9
3	9,423	▲7.4	2,277	▲23.5	2,912	▲6.0	342,420	26.7	318,252	▲1.4	0.41	6	▲66.7	40,815	1.2	24,137	▲3.0
4	9,455	▲4.6	1,131	▲17.6	1,486	▲11.1	372,751	15.9	328,237	17.1	0.41	14	▲6.7	41,521	1.4	23,256	▲3.9
出所	九州経済産業局		日本自動車販売協会連合会		全国軽自動車協会連合会		総務省				厚生労働省	東京商工リサーチ		日本銀行			

(注) 全国と共通の指標については全国の注釈参照。漁業水揚げ額は、長崎、佐世保、北松、松浦の4市場の合計。観光施設入場者数は、グラバー園、島原城、雲仙仁田道、西海パールリゾート、平戸城、ハウステンボス、堂崎天主堂の合計、ただし、雲仙仁田道は自動車の通行台数。

海外拠点紹介

〈海外駐在員事務所の位置と担当範囲〉

海外拠点にて海外直接投資や、貿易に関する情報収集等を行っています。海外進出等ご検討のお客様、海外のことならお任せください！

◎海外拠点へのご用命・ご訪問は、取引店へお申し出ください。



FFG ふくおかフィナンシャルグループ

編集後記

景気の底打ちを示唆する指標が次々と発表され、景気回復の期待感が高まってきました。弊社で実施した4月のBSI調査でも、1～3月から4～6月にかけて景気悪化の下げ止まりを予想する結果が得られ、ややほっとした気分になりました。

島 浦

今回の商談会では、出展企業の皆様に、ブース展示を通じて、「食へのこだわり」を自らご紹介いただきました。私たち消費者は、店頭に並ぶ食品を手にとることしかできませんが、この商品が出来上がるまでに注がれた「作り手の情熱やこだわり」を肌で感じることができました。ご出展、ご来場いただきました皆様大変ありがとうございました。

今 泉

新型インフルエンザ流行の影響で、大連空港に着陸後機内で待機すること5分、全身白い防護服を着た検査員が機内に乗り込んできて、乗客全員が体温測定を受けました。徹底した水際作戦の成果なのか、大連市内では大連商談会に参加する企業の皆様のために、銀行が準備して配布したマスクが必要ないほど平穏な状況でした。

長 田

上海でサントリーの「黒烏龍茶」が発売されました。350mlで6元(約90円)と中国の物価から見ればやや高額ですが、コンビニでは飛ぶように売れています。同社からは「漢方暖ビール」という漢方薬入りビールも販売されています(なかなか美味しいです)。中国食品戦略のキーワードは…日本と同じく「健康」のようです。

守 部

香港は蒸し暑い日が続いており、飲みに行ったら当然ビールをおいしく感じるはずなのですが、如何せどこに行ってもエアコンが効きすぎていて、冷たいビールを飲むやいなや急激に身体が冷え切ってしまう、2杯目からは焼酎のお湯割りを注文してしまうのは私だけなのでしょう。

末 松

FFG経営者クラブのご案内

価値ある情報と経営支援サービスで
貴社の発展をサポートいたします!

FFG経営者クラブに入会すれば…

1 個別商談会やビジネス交流会で販路を拡大します。

【近年の実績】 「フード・アプライランド九州2009」(09年5月・福岡)
「2009大連-九州ビジネス商談会」(09年5月・大連)



2 最新の実務情報や経営者の本音を直接聞けます。

「FFG経営者クラブ主催・各種セミナー」／「日経ベンチャー経営セミナー」

3 ヒント満載の専門情報を毎月お届けします。

「日経トップリーダー」など多彩なラインナップ「ブックセレクトサービス」
会員限定メニューが満載「NVCマンスリー」



4 移動時間にもムダなく情報収集ができます。

旬の話題、実務のツボを毎月60分で。
「トップの情報CD」で通勤中もラクラク情報収集。

5 約3,200項目の詳細な調査レポートが、いつでも使えます。

経営全般から健康管理まで、ビジネス上の課題に即座にお応えする「ビジネスレポート」



6 インターネットでも、強力的にサポートします。

条件を入力して、受給可能なものをカンタン検索「助成金・補助金サーチ」
「売りたい」「買いたい」情報を全国に発信「バーチャル商談会」

7 社内研修も、多彩なテーマでバックアップします。

営業、販売、経理・財務、人事など「教育研修用ビデオ貸出サービス」

年会費
35,000円 (税込み)
お申し込みは下記の事務局まで

「FFG経営者クラブ」事務局

株式会社FFGビジネスコンサルティング ビジネスコンサルティング部内 〒810-8727 福岡市中央区天神2-13-1 福岡銀行本店ビル5階

TEL.092-723-2241 FAX.092-721-9258

あなたのいちばんに。



ふくおかフィナンシャルグループ